



Автономная некоммерческая организация высшего профессионального образования  
**«ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»**

---

# СБОРНИК СТАТЕЙ

**ЕЖЕГОДНОЙ ВСЕРОССИЙСКОЙ  
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ  
«ЧЕЛОВЕК. ОБЩЕСТВО. ЭКОНОМИКА:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ»**

ПЕРМЬ  
2014

ББК 74.58 + 65  
С 23

Печатается по решению Ученого совета Пермского института экономики и финансов  
Протокол № 10 от 18 марта 2014 г.

**Сборник статей ежегодной Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов «Человек. Общество. Экономика: проблемы и перспективы взаимодействия»:** материалы научно-практической конференции. 24 апреля 2014 г. / Под ред. Е.В. Поносовой. – Пермь: Пермский институт экономики и финансов, 2014. – 428 с.

**ISBN 978-5-904417-22-2**

В настоящем сборнике представлены научно-исследовательские статьи студентов России и стран ближнего зарубежья. В работах исследуются перспективы развития российской экономики, экономики регионов, отраслей, предприятий и учреждений; актуальные вопросы юриспруденции; рассматриваются новые направления в области информационных технологий, рекламы и PR, а также вопросы, связанные с местом человека в современном изменяющемся мире. Важнейшими задачами конференции являются обмен актуальной информацией, активизация исследовательской работы студентов, научная интеграция студенческого сообщества.

Статьи публикуются в авторской редакции

Ответственный редактор Е.В. Поносова

**Редакционная коллегия:**

Мешкова С.В.	Лашова С.Н.
Поносова Е.В.	Черникова С.А.
Пыткин А.Н.	Алферова Т.В.
Борисенко Е.А.	Вьюгова Е.Л.
Загоруйко И.Ю.	Мхитарян Л.Ю.
Брыжко В.Г.	Торсунова Э.Р.
Звягина О.В.	

ББК 74.58 + 65  
С 23

**ISBN 978-5-904417-22-2**

© Коллектив авторов, 2014  
© АНО ВПО «Пермский институт  
экономики и финансов», 2014

## ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Наступление весны в Пермском институте экономики и финансов на протяжении восьми лет ассоциируется с проведением студенческой научно-практической конференции. Ежегодно в эти дни в нашем институте собираются увлеченные молодые люди, преподаватели, специалисты-практики, представители бизнес- и государственных структур. Для студентов это возможность представить участникам и экспертам результаты своей научно-исследовательской работы, приобрести опыт выступления с научными докладами, поучаствовать в дискурсе, оценить доклады остальных участников. Для экспертов – поиск талантливой молодежи, новых проектов и бизнес-идей.

В данном сборнике представлены статьи более 160 участников конференции из 17 вузов России, Украины и Беларуси.

Количество участников конференции много лет остается высоким. Это означает, что проблемы, обозначенные темой конференции, затрагивают научные интересы современных студентов.

Статьи в сборнике размещены по научным направлениям – секциям:

1. Современные финансовые инструменты развития экономики региона, отрасли, предприятий и учреждений
2. Роль кредитно-финансовых институтов в развитии экономики в современных условиях
3. Менеджмент: современные проблемы и перспективы развития
4. Проблемы и перспективы развития российской экономики
5. Проблемы реформирования бухгалтерского учета и системы налогообложения
6. Человек в современном изменяющемся мире
7. Актуальные вопросы юриспруденции
8. Реклама в современном обществе
9. Новые информационные технологии и информационное обеспечение предприятий и организаций

Выражаем надежду, что данный сборник научных статей станет для студентов импульсом для новых научных исследований.

Желаем участникам конференции успешной и плодотворной работы.

*Оргкомитет конференции*

## СЕКЦИЯ I

# СОВРЕМЕННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА, ОТРАСЛИ, ПРЕДПРИЯТИЙ И УЧРЕЖДЕНИЙ

**Батрак Т.В.**

*студент 5 курса факультета экономики и управления*

*Научный руководитель: Ховрак И.В., канд. экон. наук, доцент,*

*доцент кафедры финансов и кредита*

*Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского*

*(г. Кременчуг, Украина)*

### Особенности налогообложения банковской деятельности

В современных условиях нестабильной экономической и политической среды значение налогообложения для банков усиливается, поскольку с одной стороны оно влияет на финансовый результат их деятельности, а с другой стороны, налогообложение воздействует на клиентов банков. Поэтому проблема налогообложения банковской деятельности является многоаспектной.

Отечественные ученые имеют несколько противоположных мнений относительно эффективности системы налогообложения банков. Так, одни считают, что налоговая нагрузка на деятельность банковского сектора побуждает к поиску различных методов неуплаты налогов и искажения финансовой отчетности. Другие убеждены, что усиление налогового давления повлияет на величину процентных ставок по кредитам и как следствие, удорожание кредитов негативно отразится на производственном секторе экономики [1, с. 247]. Размер налоговых ставок для банковских учреждений не отличается от размера налоговых ставок для других видов экономической деятельности. Уменьшение налогового давления как на предприятия, так и на банковские учреждения, на сегодня, предусмотрено Налоговым кодексом Украины, а именно ставка налога на прибыль постепенно снизилась с 25 % до 16 % в периоде с 2010 г. до 2014 г. Также снизилась ставка налога на добавленную стоимость с 20 % в 2011 г. до 17 % в 2014 [2]. В целом, налогообложение банковской деятельности занимает важное место в системе финансово-кредитной политики государства путем накопления централизованных финансовых ресурсов в банках.

Анализируя опыт внедрения специального налогообложения банковской деятельности за рубежом, можно сделать вывод о разнообразии объектов и ставок налогообложения. Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что основной целью взимания налогов с банковской деятельности является формирование финансовых ресурсов государства для предотвращения банкротства банковской системы. Кроме того, предусмотрена система ограничений по суммам и условий взимания налоговых платежей.

Таблица 1 – Специальные налоги на банковскую деятельность в различных странах мира\*

Страна	Название налога	Период внедрения	База налогообложения	Ставка налога, %
Австрия	Банковский сбор	с 01.01.2011	Капитальные активы	0,055 – 0,085
			Производные финансовые инструменты в торговой книге	0,013
Бельгия	Стабилизационный фин. вклад	с 01.01.2012	Общая сумма обязательств за минусом капитала и депозитов	0,035
	Взнос в Фонд защиты депозитов		Сумма депозитов, скорректированная на профиль риска банка, достаточность капитала, качество активов и ликвидность	около 0,245

Продолжение таблицы 1

Страна	Название налога	Период внедрения	База налогообложения	Ставка налога, %
Франция	Налог на системные риски	с 2011	Сумма собственного капитала банка, превышающей 500 млн евро	0,25
Германия	Банковский сбор	с 01.01.2011	Итог баланса за минусом обязательств клиентов и определенных других элементов (резервы общих банк рисков)	0,02-0,04
			Номинальная стоимость производных финансовых инструментов	0,00015
Греция	Банковский сбор	с 2011	Годовая сумма обязательств банков	0,6
Венгрия	Банковский сбор	с 27.09.2010	Итог баланса за минусом межбанковских кредитов и дебиторской задолженности	0,15 при базе до 50 млрд форинтов и 0,53 – при превышении
Швеция	Банковский сбор	с 30.12.2009	Сумма обязательств	0,036
Португалия	Банковский сбор	с 2011	Общие обязательства, за вычетом некоторых статей	0,05
			Внебалансовые производные финансовые инструменты	0,00015
Велико-британия	Банковский сбор	05- 12.2011	Итог баланса за минусом страховых обязательств, защищенных вкладов и т.д.	0,075
		01.01.2012		0,088
США	Плата за ответственность за фин. кризис	с 01.2010	Балансовые обязательства за вычетом депозитов, застрахованных Федеральной корпорацией страхования вкладов	0,15

\* составлено на основании данных [3, с. 230]

Считается, что перспективы развития банковского сектора зависят от проведения налоговой реформы, поскольку изменения в системе налогообложения, а следовательно и налоговой среды, кроме своей фискальной направленности, также предполагают регулирование и стимулирование развития банковского сектора в интересах национальной экономики страны [4, с. 542–543]. В Украине с принятием Налогового кодекса произошли качественные изменения налогового законодательства и определенная гармонизация с налоговыми системами развитых стран (табл. 2).

Таблица 2 – Изменение системы налогообложения банков в Украине\*

Налоги и сборы, которые уплачивал банк согласно ст.14 ЗУ «О системе налогообложения»		Налоги и сборы, которые уплачивает банк согласно действующему Налоговому кодексу Украины	
Общегосударственные налоги и сборы			
Название налогов и сборов	Ставка	Название налогов и сборов	Ставка
Налог на прибыль	25 %	Налог на прибыль	Поэтапное снижение ставки: 23 % в 2011 г., 21 % в 2012 г., 19 % в 2013 г., 16 % в 2014 г.
Налог на добавленную стоимость	20 %	Налог на добавленную стоимость	17 % с 2014 г.
Плата за землю	1 %, 3 %, 5 %	Плата за землю	1% от нормативной денежной оценки земли или от 0,24 до 3,36 грн. за 1 кв.м.

Продолжение таблицы 2

Налоги и сборы, которые уплачивал банк согласно ст.14 ЗУ «О системе налогообложения»		Налоги и сборы, которые уплачивает банк согласно действующему Налоговому кодексу Украины	
Общегосударственные налоги и сборы			
Налог с транспортных средств	Устанавливается в зависимости от объема или мощности двигателя	Сбор за первую регистрацию транспортного средства	Устанавливается в зависимости от объема или мощности двигателя
Плата за торговый патент на некоторые виды предпринимательской деятельности	960 грн. за календарный месяц	Сбор за пользование радиочастотным ресурсом	До 8666,30 грн за 1 МГц
Рентные платежи	зависит от объема использования ресурса	Сбор за специальное использование воды	До 56,62 грн за 100 куб. м.
Местные налоги и сборы			
Коммунальный налог	Граничный размер ставки не выше 10 %	Налог на недвижимое имущество, отличное от земельного участка	за 1 кв.м. жилой площади, но не выше 2,7% мин. зарплаты
Налог с рекламы	Граничный размер ставки не выше 0.5 %	-	-

\* составлено на основании данных [4, с. 543]

Также следует отметить, что направления реализации налоговой политики в сфере банковской деятельности свидетельствуют о необходимости установления тесной взаимосвязи между механизмом налогообложения банковской деятельности и механизмом реализации налогового контроля в стране. Значительное внимание необходимо уделять и налоговому потенциалу банков, что будет способствовать устранению противоречий между интересами государства и интересами участников налоговых отношений на рынке банковских услуг. В дальнейшем такая гармонизация интересов приведет к улучшению показателей развития банковской деятельности и усилит бюджетообразующую роль банковской системы в стране.

В целом, налогообложение банковской деятельности является фактором внешнего влияния, на который банк не может активно влиять и должен приспосабливаться.

#### Список использованных источников

1. Сало І.В. Оподаткування банків : навч. посіб. / І.В. Сало, І.І. Д'яконова, Н.Г. Євченко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2010. – 208 с.
2. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Леонов С.В. Спеціальне оподаткування банків: зарубіжний досвід і можливості впровадження в Україні / С.В. Леонов, В.Н. Гланц // Бізнесінформ. – 2013. – № 2. – С. 228 – 231.
4. Козак А. Перспективы развития банковского сектора Украины в условиях изменения налоговой среды / А. Козак // International conference on eurasian economies. – 2012. – Session 3E: Финансы. – С. 542 – 547.

*Бигдан М.Г.  
аспирантка факультета экономики и управления  
Научный руководитель: Карлик Ю.Ю., канд. экон. наук,  
доцент кафедры менеджмента  
Кременчугский государственный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

### **Рациональное направление деятельности фермерских хозяйств в зависимости от разных факторов влияния**

В статье анализируются деятельность фермерских хозяйств, а также факторы, которые влияют на выбор рационально-правильного пути принятия решений. Так как прибыльное функционирование зависит от правильной специализации в данных экономических и природных условиях.

Для успешной работы фермерского хозяйства чрезвычайно важно выбрать направление его хозяйственной деятельности, так как принятые по ним решения будут влиять на продуктивность производства.

Исследованием теоретических и практических аспектов проблемы эффективного развития фермерских хозяйств занимались такие ученые, как П.И. Гайдуцкий, В.В. Зиновчук, В.В. Липчук, М.Г. Лобас, М.И. Малик, Л.Ю.Мельник, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, В.В. Юрчишин и др.

На выбор направления хозяйственной деятельности осуществляют влияние разные факторы (рис.1), от которых зависит эффективность производства и рациональность деятельности сельскохозяйственного предприятия.

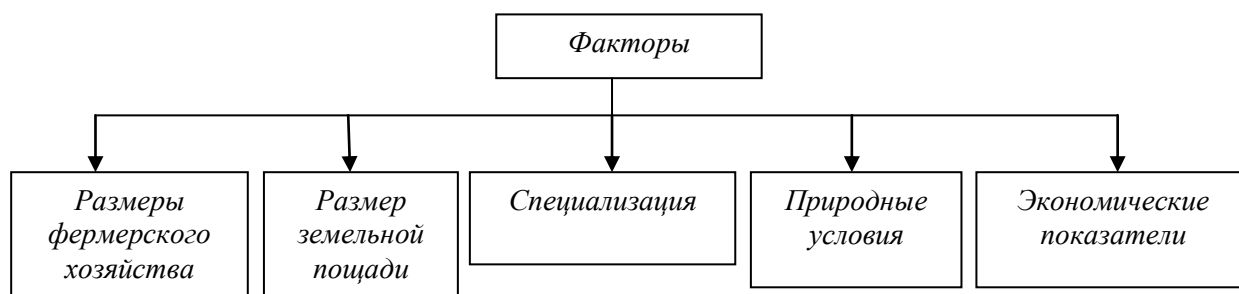


Рисунок 1 – Факторы влияния на выбор направления хозяйственной деятельности фермерского хозяйства

На размеры сельскохозяйственных предприятий и их производственных подразделений влияет много факторов:

- Природные условия (рельеф территории, конфигурация земельных участков, водообеспеченность и др.).
- Специализация сельскохозяйственных предприятий.
- Повышение уровня механизации производства, в частности, введение комплексной механизации.

- Транспортные расходы, которые ограничивают увеличение размера предприятий.
- Расходы на амортизацию, организацию и управление производством.

С увеличением размеров производства эти расходы при прочих равных условиях уменьшаются в расчете на единицу площади, продукции, что позволяет увеличить размеры предприятия.

- Размеры населенных пунктов, расстояния между ними[1].

Размеры производства ограничиваются необходимостью приблизить работников к местам выполнения работ, сократить время на их переезды, перевозку грузов. Поэтому при установлении рациональных размеров производственных подразделений необходимо

учитывать расположение населенных пунктов и земель, и других сельскохозяйственных угодий вокруг них, а также продуктивного скота.

- Управление предприятием. С увеличением размеров предприятия и его подразделений осложняется управления, что отрицательно сказывается на производственной деятельности. Следовательно, размеры предприятия должны обеспечивать надлежащие условия для удобного управления ним.

Размеры фермерского хозяйства тесно связаны с их специализацией. Исходя из имеющейся площади землепользования, фермер подбирает производственное направление деятельности с тем, чтобы более эффективно использовать землю и вложенный капитал.

По специализации в Украине действуют фермерские хозяйства следующих типов: растениеводческие хозяйства (зерновые, подсолнечник, сахарная свекла). В структуре товарной продукции таких хозяйств более 50% приходится на два-три вида продукции растениеводства;

хозяйства растительно-животноводческого типа (зерно-молочные, зерно-свиноводческие). На таких типах ферм рационально используется побочная продукция и занимаются преимущественно двумя отраслями, на которые приходится более 60% товарной продукции;

хозяйства с узкой специализацией, которые занимаются производством отдельных видов продукции животноводства;

многоотраслевые хозяйства[3].

Специализация производства в сельскохозяйственных предприятиях характеризуется многими показателями, основным из которых является структура товарной продукции. Дополнительными показателями специализации производства являются: структура валовой продукции, структура затрат труда в отраслях, структура средств производства, капитальных вложений за ряд лет, структура посевных площадей структура поголовья животных и др.[2].

Через разнообразие природно-экономических условий в Украине функционируют сельскохозяйственные предприятия различных производственных типов и подтипов (табл. 1):

Таблица 1 – Производственные типы сельскохозяйственных предприятий в зависимости от климатических зон

<b>Почвенно-климатические зоны</b>	<b>Типы сельскохозяйственных предприятий</b>
Смешанные леса	молочные, молочно-картофельные, свинооткормочный, скотоводческо-картофельный;
Лесостепь	скотоводческо-свекловодческий, свекольно-молочные, скотоводческо-зерновые, свекольно-скотоводческие, свинооткормочный и др.;
Степные районы	зерно-скотоводческие, скотоводческо-зерновые, свинооткормочный, пастушьи, птицеводческие, садоводческие, виноградарства и др.;
Пригородные зоны крупных городов и промышленных центров	овощно-молочные, молочно-овощные, овощно-картофельно-молочные, плодово-ягодные, птицеводческие и др.

Основной показатель внутрихозяйственной специализации сельскохозяйственных предприятий – структура валовой продукции.

К хозяйствам, специализирующимся на производстве продукции одной отрасли, следует относить те, в которых эта отрасль дает более 50% товарной продукции. Если отрасль дает два вида продукции, то специализацию хозяйства определяют по преобладающим видом продукции (например, молочно-мясное скотоводство, мясошерстное овцеводство). Если две отрасли хозяйства дают 2/3 и больше товарной продукции (на каждую из них приходится не менее 25 и не более 50%), то такие хозяйства относят к специализированным на двух отраслях.

К специализирующимся на трех отраслях, относят хозяйства, которые получают от них 75% и больше товарной продукции, причем каждая из этих отраслей должна произво-



доть не менее 24% и не более 33,3% товарной продукции. Остальные предприятия относят к тем, где определенная специализация еще не сложилась[4].

Уровень специализации хозяйства определяют по доле стоимости товарной продукции главных отраслей в общей стоимости его товарной продукции.

Фермерское хозяйство как вид малого бизнеса, представляет собой форму свободного предпринимательства, осуществляемого на принципах экономической выгоды. Фермерское хозяйство выгодно, пока оно дает продукцию и позволяет восстанавливать производство. Отсюда исключительное выживание и устойчивость фермерских хозяйств.

Работа фермерского хозяйства зависит от многих внешних и внутренних факторов, которые необходимо учитывать для развития предприятия. На макроэкономические факторы очень трудно повлиять, поэтому нужно предусмотреть их влияние и правильно построить свою деятельность.

Выбрать рационально-правильное направление хозяйственной деятельности необходимо для прибыльного функционирования фермерского хозяйства.

#### **Список использованных источников**

1. Система ведения сельскохозяйственного хозяйства [http://otherreferats.allbest.ru/agriculture/00116312\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/agriculture/00116312_0.html)
2. Организация сельскохозяйственного производства. Под ред. Г.С.Тарасенка, Л.Я.Зрибняка, М.М. Ильчука. – М.: Просвещение, 2000. – 448 с.
3. Организация и планирование сельскохозяйственного производства. Под ред. Л.Я. Зрибняка, М.М. Ильчука. К – НАУ. – 2004.
4. Шкилев А.В. Организация производства и предпринимательской деятельности в сельскохозяйственных предприятиях: Учебник – М.: – 1997 – 368с.

*Булгакова Н.Г.  
студентка 4 курса факультета экономики и управления  
Научный руководитель: Ховрак И.В., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры финансов и кредита  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Формирование и использование прибыли предприятия**

Развитие рыночной инфраструктуры в Украине кардинально меняет финансово-экономическую, правовую и информативную среду работы предприятий, содержание их хозяйственной деятельности. Но, поскольку каждый предприниматель хочет получить большую прибыль, проблема формирования и использования прибыли предприятия очень существенна, так как за счет прибыли формируются почти все показатели финансовой деятельности предприятия, определяющие доходность предприятия. В современных условиях большое количество предприятий стали получать убытки, поэтому повышается потребность в исследовании причинно-следственных связей, связанных с процессом формирования прибыли предприятия и результативности ее использования.

В целом, прибыль показывает результаты предпринимательской деятельности и эффективность производства, характеризует качество продукции и ее объемы реализации. Также прибыль выполняет стимулирующую функцию тем, что она воздействует на формирование доходов предприятия и представляется источником финансирования его процветания.

Прибыль – это часть выручки, которая остается после возмещения всех затрат на производственную и коммерческую деятельность предприятия. Прибыль является основным источником финансирования развития предприятия, совершенствования его материально-

технической базы, обеспечение всех форм инвестирования. В зависимости от формирования и распределения выделяют несколько видов прибыли.

Так, общая прибыль – это вся прибыль предприятия, полученная от всех видов деятельности, до ее налогообложения и распределения. Такая прибыль иначе называется балансовой. Прибыль после налогообложения, то есть прибыль, которая реально поступает в распоряжение предприятия, имеет распространенное в отечественной литературе и практике название – чистая прибыль.

В зарубежной экономической теории и предпринимательстве общеупотребительными являются понятия валовой, маржинальной и операционной прибыли [3, с. 436]. Валовая прибыль – это разница между выручкой и производственными затратами (себестоимостью продукции, определенной с помощью калькулирования по неполным затратам). Это понятие включает собственно прибыль и так называемые непроизводственные (административные, коммерческие) расходы. Операционная прибыль, которую часто называют чистой прибылью, равна валовой прибыли за минусом непроизводственных расходов. Маржинальная прибыль характеризует объем выручки от продажи продукции за минусом переменных затрат. Она включает собственно прибыль и постоянные затраты. Итак, такая прибыль по величине может совпадать с валовым доходом, когда калькулирование осуществляется только по переменным затратам.

Прибыль предприятия формируется из счет следующих источников: продажа (реализация) продукции (услуг); продажа другого имущества; внереализационные реализации. Прибыль, которую получило предприятие, может быть использована для удовлетворения потребностей. Она направляется на формирование финансовых ресурсов государства, финансирование бюджетных расходов. Также прибыль является источником формирования финансовых ресурсов самих предприятий и используется ими для обеспечения эффективной хозяйственной деятельности. Таким образом, прибыль, полученная предприятием, является объектом распределения.

Можно выделить две стадии в распределении прибыли. Первая стадия – это распределение общей прибыли. На этой стадии участниками распределения есть и предприятие. В результате распределения каждая из сторон получает свою часть прибыли. Вторая стадия – это раздел и использование прибыли, которая осталась в распоряжении предприятий после совершения платежей в бюджет. На этом этапе могут создаваться за счет прибыли целевые фонды для финансирования соответствующих расходов (согласно Налоговому кодексу Украины от 02 декабря 2010 г. [1]). Постоянно с реформированием бухгалтерского учета и финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами происходят изменения в распределении и использовании прибыли предприятий.

Чистая прибыль, полученная после уплаты налогов, остается в полном распоряжении предприятия, которое в соответствии с учредительными документами определяет направления ее использования. Главные принципы распределения чистой прибыли закреплены уставом предприятия. Как правило, одна часть прибыли используется на выплату дивидендов, а вторая – на расширение и обновление производства, финансовые инвестиции, приобретение недвижимости, создание и пополнение резервных фондов предприятия, социальные программы.

Нераспределенная прибыль – это часть чистой прибыли, которая остается в распоряжении предприятия для выплаты доходов владельцам в виде дивидендов, формирование резервного капитала, пополнение уставного капитала и на другие нужды. Так, в акционерных предприятиях резервный капитал должен составлять не менее 25 % величины уставного капитала. Он создается за счет ежегодных отчислений от прибыли в предусмотренных учредительными документами процентов (в акционерных обществах – не менее 5 % чистой прибыли).

Однако, следует отметить, что не все предприятия Украины работают прибыльно. Если проанализировать прибыльность предприятий по видам экономической деятельности, то наибольшая часть прибыльных предприятий наблюдается в сельском, лесном и рыбном

хозяйстве 78,2 % (в % к общему количеству предприятий отрасли) (табл. 1). С полученных данных также можно сделать вывод, что наибольший удельный вес убыточных предприятий занимают искусство, спорт, развлечения и отдых (47,5 %).

Таблица 1 – Чистая прибыль (убыток) предприятий по видам экономической деятельности в 2012 году, млн. грн.\*

	Код за КВЕД – 2010	Финансовый результат (сальдо)	Предприятия, которые получили прибыль		Предприятия, которые получили убыток	
			В %к общему количеству предприятий	Финансовый результат	В %к общему количеству предприятий	Финансовый результат
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	A	26787,2	78,2	33731,6	21,8	6944,4
Промышленность	B+C+D+E	2592,	60,7	67565,4	39,3	64973,0
Строительство	F	-1012,7	58,9	8367,0	41,1	9379,7
Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	G	210,6	64,0	35498,4	36,0	35287,8
Транспорт, складское хозяйство, почтовый и курьерская деятельность	H	3127,7	60,1	9728,6	39,9	6600,9
Временное размещения и организация питания	I	-984,3	57,4	692,1	42,6	1676,4
Информация и телекоммуникации	J	3739,1	61,4	9103,8	38,6	5364,7
Финансовая и страховая деятельность	K	10769,4	58,2	17930,5	41,8	7161,1
Операции с недвижимым имуществом	L	-9338,0	54,3	6497,6	45,7	15835,6
Профессиональная, научная и техническая деятельность	M	-1820,2	60,6	13725,0	39,4	15545,2
Деятельность в сфере административного и вспомогательного обслуживания	N	3576,4	58,7	6948,2	41,3	3371,8
Образование	P	112,8	67,1	177,3	32,9	64,5
Здравоохранение и предоставление социальной помощи	Q	-77,3	61,2	321,2	38,8	398,5
Искусство, спорт, развлечения и отдых	R	-2547,6	52,5	185,9	47,5	2733,5
Предоставление других видов услуг	S	-68,2	62,3	135,0	37,7	203,2

\* Составлено автором на основании данных: [2]

В результате исследования можно сделать вывод, что главным элементом экономики в рыночных условиях хозяйствования являются предприятия – субъекты хозяйствования. А эффективное функционирование предприятий значительно влияет как на благосостояние собственников, так и на экономическую ситуацию в стране путем пополнения государственного бюджета уплатой налогов и сборов.

Прибыль определяет продуктивность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой, инве-

стиционной. Она составляет опору экономического развития предприятия, отражает цель его деятельности.

Поэтому определение сущности прибыли и механизма совершенствования ее формирования и использования является необходимым условием развития экономики страны.

#### **Список использованных источников**

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Податкового кодексу України» № 2756-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>
2. Материалы Государственного комитета статистики Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Экономика предприятия: учебник / под об. ред. С.Ф. Покропивного. – Изд. 2-е, перел. и доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.

*Бычкова А.Э.*

*студентка 5 курса факультета экономики и менеджмента*

*Научный руководитель: Свистунов А.В. канд. экон. наук доцент*

*Муромский институт (филиал)*

*Владимирского государственного университета им. А.Г. и Н.Г. Столетовых*

*(г. Муром)*

### **Проблемы и методы управления денежными средствами на предприятиях**

Актуальность проблемы управления денежными потоками состоит в том, что большое количество предприятий России имеют недостаточно денежных средств для осуществления текущих, инвестиционных и финансовых операций. Одной из причин является несовершенство используемых финансовых методов и инструментов. Поэтому одним из направлений преодоления дефицита денежных средств является формирование эффективной системы управления денежными средствами, которая бы обеспечивала финансовую стабильность и платежеспособность в долгосрочной перспективе.

В таблице 1 представлена динамика средней стоимости и оборачиваемости оборотных активов по основным видам промышленного производства за 2008-2011 годы [1].

Таблица 1 – Оборачиваемость оборотных активов промышленного производства

Виды промышленного производства	Средняя стоимость оборотных активов, млн. руб.				Оборачиваемость, дней			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	1552623	1716225	1737265	1865876	150	207	168	157
производство машин и оборудования	480463	552340	611743	704668	183	242	223	215
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	415173	452242	493331	596564	183	228	203	196
производство транспортных средств и оборудования	1193582	1349015	1529999	1810748	234	333	276	234
химическое производство	557592	620676	586448	678386	140	168	142	137

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что оборачиваемость оборотных средств происходит быстрее всего в металлургическом и химическом производстве. С 2009 года наблюдается тенденция к снижению этого показателя, что свидетельствует об улучшении деятельности предприятий данных видов производства.

В таблице 2 представлена динамика другого показателя, характеризующего эффективность управления денежными потоками, – коэффициента текущей ликвидности по некоторым регионам [1].

За 2009-2013 годы этот показатель соответствует нормативным значениям только в Москве (в остальных – минимальному). Следовательно, на промышленных предприятий Москвы можно отметить рост их платежеспособности.

Таблица 2 – Динамика коэффициента текущей ликвидности по регионам

Регионы	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
	октябрь	октябрь	октябрь	октябрь	октябрь
г. Москва	202,2	214,3	235,2	226,5	189,6
Московская область	137,9	131,8	131,8	133,5	133,9
Нижегородская область	153,0	171,1	158,9	166,3	164,7
Владимирская область	135,2	159,5	136,2	149,5	138,2

Таким образом, рассмотренные выше показатели свидетельствуют о финансовых проблемах на предприятиях в регионах. Наиболее приемлемые показатели выявлены лишь на предприятиях г. Москвы.

Для повышения эффективности управления денежными потоками на предприятии существует несколько известных моделей, такие как модель Миллера-Орра, Баумоля и т.д.

В модели Баумоля оптимальные запасы, учитывающие издержки обращения ликвидных ценных бумаг в денежную наличность и наоборот, рассчитываются в предположении их равномерного использования. Модель Миллера-Орра используется в тех случаях, когда невозможно уверенно предсказать денежный поток, то есть когда остаток денежных средств на счете меняется случайным образом.

Наряду с вышеперечисленными моделями также необходимо применять следующие методы управления денежными потоками:

- *овердрафт для группы компаний (Umbrella Overdraft Facility)* – предоставление лимита кредитования группе компаний под единую ставку;
- дистанционное управление *счетом (Electronic Delivery Channels)* – система электронного документооборота, предназначенная для консолидации информации о состоянии счетов группы и удаленной авторизации платежей;
- *идентификация входящих платежей (Automated Reconciliation)* – система автоматического распознавания входящих платежей.

Предприятия с развитой территориальной структурой зачастую сталкиваются со сложностями при централизованном управлении финансовыми потоками. Главная проблема заключается в том, что компании (или филиалы), входящие в холдинг, имеют расчетные счета в разных банках. Очевидно, что при этом условия обслуживания, сроки проведения платежей и предоставления информации могут существенно различаться [3].

Построив более эффективную систему управления ликвидностью, организация сможет оптимально решить следующие задачи:

- одновременно снизить операционные расходы и трудозатраты за счет централизации управления консолидированными средствами группы;
- сократить потребность в привлечении дополнительного заемного финансирования;
- оптимизировать процентные доходы или расходы;

Решить большинство из указанных задач позволяет внедрение такого инструмента как Cash pooling. Банковские услуги Cash-pooling являются сравнительно новым для России инструментом управления ликвидностью. Благодаря Cash-pooling компания передает часть казначейских функций банку. Cash-pooling представляет собой механизм автоматического объединения денежных средств групп компаний и все чаще используется ими для повышения эффективности, а также оперативности управления денежными ресурсами, что обусловлено заинтересованностью корпораций в поиске решений по сокращению расходов на заемное финансирование. Преимущества данного инструмента является, с одной

стороны, финансирование компании группы без потерь времени и с экономией на процентной ставке, с другой стороны, взвешивание всех нюансов компанией при переходе на новые взаимоотношения с банком при управлении ликвидностью.

В международной практике cash pooling уже давно используется крупными корпорациями: Total, ExxonMobil, GDF-SUEZ, в качестве эффективного инструмента оптимизации процедуры управления денежными потоками. Практически все ведущие международные банки имеют в своей продуктовой линейке предложения по организации системы cash pooling.

Со стороны российских предприятий интерес к таким технологиям наблюдается лишь последние несколько лет. В 2008 году начал работу над созданием системы cash pooling «Газпром». В рамках работы по повышению качества управления внутригрупповой ликвидностью «Газпром» внедрил систему централизованного управления внутригрупповой ликвидностью (cash pooling).

Одной из ключевых задач проекта создания Cash-pooling стал выбор банковских площадок. Расчетным банком для формирования виртуального пула с участием российских компаний Группы «Газпром» был выбран «Газпромбанк» [2].

С начала внедрения системы «Газпром» повысил качество оперативного планирования в дочерних организациях компании, обеспечил рост доходности операций по размещению денежных средств Группы. Внедрение системы позволило увеличить эффективность размещения временно свободных средств Группы примерно на 40%. Кроме того, созданы благоприятные условия для привлечения «Газпромом» краткосрочного кредитования по льготной ставке в рамках ликвидности пула. Максимальный объем такого кредита составляет на текущий момент 60 млрд. рублей [2].

«Газпром» ведет постоянную работу по совершенствованию системы управления внутригрупповой ликвидностью по нескольким направлениям:

- расширение пулов за счет подключения новых счетов участников, а также увеличения количества участников;
- оптимизация схемы взаимодействия с банками, на площадках которых организованы пулы;
- внедрение новых ИТ технологий в области управления денежными потоками.

Проект по внедрению Cash pooling для многих компаний является очень важным, так как происходят не только технические изменения, но и корректировки всех бизнес-процессов. При этом система Cash pooling способна адаптироваться к изменяющимся условиям, и у нее есть потенциал для дальнейшего развития.

#### **Список использованных источников**

1. Федеральная служба государственной статистики ([www.gks.ru](http://www.gks.ru))
2. Андрей Круглов Система cash pooling позволила существенно повысить эффективность управления денежными средствами «Газпрома»: [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gazprom.ru/press/reports/2011/kruglov-cash-pooling/>
3. Ирина Бобрышева, Юлия Жувага Возможности cash pooling //Cash is king: Управление денежными потоками компании, М.: ЗАО «Акцион-Медиа», 2012. – 144 с.

*Воронцов К.О.*  
*студент 3 курса факультета управления*  
*Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,*  
*ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления*  
*Академия управления при Президенте Республики Беларусь*  
*(Минск, Беларусь)*

## **Государственно-частное партнерство как эффективный инструмент развития Республики Беларусь**

Государственно-частное партнерство (далее – ГЧП) – правовой механизм согласования интересов и обеспечения равноправия государства и бизнеса в целях создания надлежащих условий для эффективного социального и экономического развития страны. Инвестиционные проекты на основе ГЧП возникли для преодоления «инфраструктурного разрыва». Поэтому в данной сфере подразумевается участие государства и бизнеса не только в экономических проектах, но и в разработке прогнозов социально-экономического развития, нормотворчестве, регулировании некоторых экономических вопросов. Государственно-частное партнерство – это любые официальные взаимоотношения или договоренности на определенный или неограниченный период времени между субъектами государства и частного бизнеса. Стороны взаимодействуют в процессе принятия решения и используют ограниченные ресурсы (персонал, оборудование и информацию) для достижения конкретных целей в определенной области [3]. Основные сферы государственно-частного партнерства:

- транспорт (взлетно-посадочные полосы в аэропортах; железные дороги; платные автодороги, мосты, магистрали, туннели; портовая инфраструктура, терминалы, каналы);
- телекоммуникации (проводная либо мобильная внутренняя связь; международная связь);
- энергетика (производство электричества, его передача и доставка; передача и доставка природного газа);
- водоснабжение и канализация (добыча питьевой воды и ее доставка; канализация и очистка сточных вод);
- спорт (строительство спортивных сооружений).

Государство рассматривает проекты ГЧП как средство преодоления несовершенства рынка, ограниченности в финансировании крупных проектов, использования опыта частных компаний в управлении проектами, где ответственность за реализацию, обеспечение доходности и их экономической эффективности возлагается на частного партнера.

Мировой опыт реализации проектов ГЧП включает в себя следующие формы взаимодействия публичного и частного секторов [1]:

- «Приобретение – строительство – эксплуатация» (BBO – Buy–Build–Operate). Государственное имущество передается частной структуре на условиях, по которым оно должно быть модернизировано и эксплуатироваться определенный период времени. Государственный контроль осуществляется на протяжении действия соглашения, в том числе за качеством и стоимостью оказываемых услуг.

- «Строительство – владение – эксплуатация» (BOO – Build –Own – Operate). Строительство, финансирование, владение и эксплуатация обеспечиваются частным сектором или оказание услуги на основе пожизненного владения или аренды. Государственные ограничения устанавливаются в самом соглашении и посредством функционирования постоянного регулирующего органа.

- «Строительство – владение – эксплуатация – передача» (BOOT – Build – Own – Operate – Transfer). Право на финансирование, строительство и эксплуатацию сооружения (в том числе, на взимание платы за использование) получает частная компания на определенный период, по истечении которого право собственности возвращается государству.

- «Строительство – эксплуатация – передача» (BOT – Build– Operate – Transfer). Частный сектор проектирует, финансирует и строит новое сооружение на основе долгосрочного концессионного соглашения и эксплуатирует его в период действия этого соглашения. По истечении срока действия соглашения право собственности возвращается государственному сектору.

- «Строительство – аренда – эксплуатация – передача» (BLOT – Build – Lease – Operate – Transfer). Частная компания получает право на финансирование, проектирование, строительство и эксплуатацию арендуемого сооружения (а также и взимание платы с потребителей услуги) на период аренды, внося рентную плату.

- «Проектирование – строительство – финансирование – эксплуатация» (DBFO – Design – Build – Finance – Operate). Частник проектирует, финансирует, строит и эксплуатирует новое сооружение, затем передает новое сооружение государственному сектору по истечении аренды.

- «Участие в финансировании» (FinanceOnly). Частным сектором напрямую или посредством различных механизмов, таких, как долгосрочная аренда или выпуск ценных бумаг (облигаций) финансируется проект.

- Контракт на эксплуатацию и обслуживание (O & M – Operation & MaintenanceContract): Частное предприятие эксплуатирует определенный период времени имущество, принадлежащее государству. Право собственности на имущество остаётся у государственной структуры.

- «Проектирование – строительство» (DB – Design -Build): Частный сектор проектирует и строит объекты инфраструктуры на основе строительного контракта для нужд государственного сектора на услуги, часто оказываемые по фиксированной стоимости. Риск за перерасход передается частному сектору.

- Право на эксплуатацию (OperationLicense): Частный оператор получает право (лицензию) на производство и предоставление общественной услуги, как правило, на определенный период. Такая модель часто используется в проектах по информационным технологиям.

Республика Беларусь находится в самом начале становления эффективной системы государственно-частного партнерства. Государственные структуры принимают меры по совершенствованию и преодолению недостатков действующей экономической системы с учетом международного опыта. Важную роль здесь играют стимулы к активному участию всех заинтересованных сторон в данном процессе для того, чтобы внедряемые механизмы государственно-частного партнерства служили во благо государства, бизнеса и населения[3].

Основными препятствиями для реализации ГЧП в Беларуси являются [1]:

- Отсутствие закона о ГЧП, где были бы определены основные дефиниции, механизмы и формы ГЧП. По мнению экспертов, действующее законодательство в отдельных вопросах не охватывает весь круг вопросов, а в других – разобщено.

- Отсутствие соответствующей институциональной среды для реализации механизмов ГЧП (Например, инвестиционных фондов, банков)

- Неэффективный механизм концессий. В Беларуси механизм концессий законодательно закреплён, однако его практическое применение фактически отсутствует. Была сделана безрезультативная попытка в этой сфере привлечь инвестиции под разработки некоторых месторождений полезных.

- Дефицит высококвалифицированных кадров. Управленцев, способных профессионально составлять долгосрочные концессионные договоры, недостаточно. Проект сроком, 20-50 лет, когда государственная собственность переходит во владение и пользование частной компании, предполагает колоссальную ответственность, которая ложится на чиновника любого уровня. Необходимо формирование системы подготовки специалистов в области концессий и других форм ГЧП [2].



В связи с этим можно выделить следующие направления развития ГЧП в Беларуси:

- принятие Закона о государственно-частном партнерстве, корректировка существующих законодательных актов, регулирующих ГЧП (Гражданского, Бюджетного, Банковского, Инвестиционного и Налогового кодексов);
- разработка типовых соглашений ГЧП, руководства по подготовке проектов, порядка заключения соглашений, положения об обязанностях участников партнерства, распределении рисков между участниками проектов;
- определение координирующего органа ГЧП – организации, которая будет информировать участников о потенциальных проектах ГЧП, предоставлять образовательные услуги широкому кругу заинтересованных сторон по проблематике ГЧП, участвовать в конкурсах по отбору участников и т.д.;
- создание концепции и стратегии развития ГЧП; формирование эффективной институциональной среды для реализации механизмов ГЧП (инвестиционных фондов, венчурных компаний, центров государственно-частного партнерства, независимых организаций, осуществляющих экспертизу проектов и консалтинг, управляющих компаний, ассоциаций, объединений и др.);
- инициирование включения Беларуси в базу данных проектов ГЧП Всемирного банка;
- организация подготовки высококвалифицированных специалистов в области концессий и других форм ГЧП;
- разработка механизмов предоставления государственных гарантий по привлекаемому финансированию и возможных льгот частным инвесторам при реализации социально значимых проектов.

#### **Список использованных источников**

1. Ильяш, И. Владимир Карягин: ГЧП нужен закон/ В. Карягин // Беларусь и рынок [Электронный ресурс] <http://www.belmarket.by/ru/238/70/18973/ГЧП-нужен-закон.htm>: Дата доступа : 18.10.2013
2. Перспективы развития государственно-частного партнерства/ Сайт «Коммерсант. by» [Электронный ресурс] <http://www.commersant.by/business-begin/economyreviews/662-perspektivu-razvitiya-gosydarstvenno-chastnogo-partnerstva.html>: 18.10.2013
3. Мартинович, О.В. Частно-государственное партнерство как форма инновационного бизнеса / О.В. Мартинович // Современный менеджмент: проблемы, исследования, перспективы – М. 2012. С.119.

*Воронцов К.О., Иванов А.П.  
студенты 3 курса факультета управления  
Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

### **Регулирование спортивной сферы в Республике Беларусь**

В Беларуси необходимо развивать рыночные механизмы регулирования спортивной сферы. Для стабильного и эффективного развития спорта нужно максимально совместить цели государства и бизнеса. Способом реализации этих интересов может стать государственно-частное партнерство (далее – ГЧП). Спортивная сфера для бизнеса – благоприятная среда по продвижению продукции, нахождению новых рынков сбыта и новых покупателей, так же содействие положительному восприятию рекламируемых товаров и услуг [1]. К тому же, идея о развитии ГЧП в Беларуси была озвучена Президентом в его Послании белорусскому народу и парламенту в 2011 году: «Создание эффективных механизмов

государственно-частного партнерства, а также соответствующей правовой базы является одной из важнейших текущих задач государства» [2]. В рамках реализации данного поручения летом 2013 года Совет Министров одобрил концепцию проекта закона «О государственно-частном партнерстве», которая положила начало процессу, в результате которого будет создано правовое поле и появятся структуры, реализующие ГЧП.

Современный спорт представляет собой динамично развивающуюся индустрию и представляет собой:

- новую и специфическую сферу экономических и деловых отношений;
- профессиональную трудовую деятельность;
- важнейший экономический инструмент, воздействующий на экономическое развитие страны;
- бизнес;
- возможность продвижения своего бренда;
- формирования позитивного и привлекательного имиджа своей компании.

Основными источниками дохода спортивной отрасли являются:

- доходы от продажи билетов и абонементов на спортивные соревнования;
- спонсорство спортивных соревнований, федераций, лиг, клубов, команд и спортсменов;
- продажа прав на телетрансляции;
- мерчендайзинг (спортивная атрибутика и спортивные товары).

Среди важнейших интересов государства в спортивной сфере можно выделить следующие:

- поддержание и рост авторитета и престижа страны на международной арене;
- создание благоприятных условий и необходимой инфраструктуры для развития детского, массового и оздоровительного спорта;
- пропаганда и развитие здорового образа жизни, что должно существенно влиять на здоровье нации и в конечном итоге способствовать повышению экономического потенциала страны.

Для бизнеса ключевые интересы в спорте – это:

- формирование позитивного имиджа и бренда компании;
- усиление конкурентных преимуществ на рынке и среди потребителей за счет спортивных событий и интереса к ним;
- увеличение объема прямых продаж и последующее улучшение финансовых результатов деятельности компании.

Далее на конкретном примере покажем эффективность применения государственно-частного партнерства в спортивной сфере.

Steel-arena в Кошице вместимостью 8 370 зрителей была открыта в 2006 году после реконструкции старого стадиона в рамках схемы (ВВО – Buy – Build – Operate), которая обошлась в 27 млн евро. Часть из привлеченных средств были государственными. Главным акционером арены является одноименный металлургический комбинат [5].

Генеральный менеджер Steel-arena отмечает, что если по итогам года спортивный объект получит отрицательную прибыль, то он будет закрыт. В Кошице на огромном объекте работает 13 человек: генеральный менеджер, его ассистент, технический менеджер, главный экономист, два бухгалтера и семь работников, отвечающих за функционирование спорткомплекса. Во время проведения крупных мероприятий прибегают к клинингу персонала, для обеспечения чистоты и охраны. В лучший из годов, 2008-й, арена получила прибыль около 200 тысяч евро. На содержание дворца в год требуется немалая сумма в 1,4-1,6 млн евро, в основном состоящая из расходов на электричество. Источники получения доходов у арены следующие [8]:

- 500 тысяч евро (30% расходов) обеспечивает хоккейный клуб «Кошице», который платит за аренду ледовой площадки, помещений, парковки, рекламных щитов;

- 250 тысяч евро в год Steel-arenaполучает от предоставления в аренду помещений организаторам концертов. Цена аренды зависит от масштаба и характера мероприятия, она может достигать 20-30 тысяч евро за один вечер;

- 240 тысяч евро в год Steel-arenaзарабатывает на любительском хоккее и катании. 1 час льда стоит 190 евро (можно арендовать лед хоть группой, хоть одному);

- предоставление в аренду помещений, рекламных щитов и VIP-ложей.

Спорткомплекс «Минск-Арена», рассчитанный на 15 тысяч зрителей был открыт в начале 2010 года. Новый спорткомплекс за 350 млн долларов. К сожалению, данные о том, в какую сумму обходится содержание «Минск-Арены» для государственного бюджета находятся в закрытом доступе. Однако, по словам заместителя гендиректора «Минск-Арены» Галины Забурьяновой, «Минск-Арена» окупается только на 60% [6]. В частности, выйти на 100% окупаемость не позволяет хоккейный клуб «Динамо-Минск», который освобожден от платы «Минск-Арене» за аренду помещений. Таким образом, спорткомплекс недополучает в год приблизительно 1,5 млрд. рублей (около 180 тыс. долларов). В минувшем сезоне клуб платил за домашнюю площадку порядка 70 млн. рублей за игру, тогда как реальные затраты комплекса составляли 125 млн. Таким образом, «Минск-Арена» потеряла еще около 1,5 млрд. рублей. К тому же, согласно заявлению гендиректора «Минск-Арены» Николая Ананьева, представители других видов спорта занимаются в спорткомплексе на безвозмездной основе, т.е. сооружение выполняет колоссальную социальную функцию. На «Минск-Арене», состоящей из ледовой арены, конькобежного стадиона и велодрома, работают 500 человек [7].

Таким образом, экономическая эффективность деятельности Steel-arena выше, чем у спорткомплекса «Минск-Арена». Очевидно, что в случае использования схожей модели строительства и ведения хозяйственной деятельности, государство сэкономило бы солидную сумму денег. Однако, необходимо отметить, что белорусское спортсооружение может принести труднооценимые социальные дивиденды – помимо задачи окупаемости, перед ним стоит задача подготовки спортсменов по соответствующим дисциплинам, однако никто не может назвать точный срок, когда спортсмены добьются результатов, сопоставимых с капиталовложениями на осуществление их обучения. А вот стадион в Кошице – коммерческое учреждение, ориентированное на финансовые результаты.

В заключение, хотелось бы подчеркнуть, что в 20 веке предоставление площадок в Западной Европе для соревнований считалось задачей муниципальных властей, что влекло за собой мощное государственное субсидирование спортобъектов. Но затем, прежде всего, в США и странах Западной Европы из-за сокращения бюджетов, неэффективного использования стадионов пришло понимание того, что спортивная инфраструктура может и должна финансироваться и управляться частными инвесторами.

#### **Список использованных источников**

1. Леднев, В. Роль бизнеса в развитии индустрии спорта / В. Леднев, // Спорт и Право, М., 2011. – 63с.

2. Канашиц, С. Юрий Бородич: нужен Совет по развитию спорта при Президенте / С. Канашиц // Советская Белоруссия [Электронный ресурс] <http://sport.tut.by/news/332815.html> Дата доступа : 31.01.2013

3. В Беларуси будут создаваться структуры для реализации государственно-частного партнерства [Электронный ресурс] [http://www.belta.by/ru/all\\_news/economics/V-Belarusi-budut-sozdavatsja-struktury-dlja-realizatsii-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva\\_i\\_638907.html](http://www.belta.by/ru/all_news/economics/V-Belarusi-budut-sozdavatsja-struktury-dlja-realizatsii-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva_i_638907.html) Дата доступа : 19.10.2013

4. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере государственно-частного партнерства // Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс] [http://www.un.org/ru/publications/pdfs/efficient\\_management\\_guide\\_rus.pdf](http://www.un.org/ru/publications/pdfs/efficient_management_guide_rus.pdf) Дата доступа : 21.11.2013

5. Горбачев, Р. Гаврила И.: Чему следует научиться менеджерам «Минск-Арены»? / И. Гаврила// Заўтра тваёй краіны [Электронный ресурс] [http://zautra.by/art.php?sn\\_nid=10831&sn\\_cat=4](http://zautra.by/art.php?sn_nid=10831&sn_cat=4) Дата доступа: 26.10.2013

6. «Минск-Арена» окупается на 60%, ежемесячная плата за электроэнергию – 3 млрд рублей // onliner.by [Электронный ресурс] <http://people.onliner.by/2013/08/14/minsk-arena/> Дата доступа : 28.12.2013

7. Почему ледовые дворцы в Беларуси приравняли к катастрофе? // Официальный сайт газеты «Прессбол» [Электронный ресурс] <http://www.pressball.by/articles/others/digest/77460> Дата доступа: 30.12.2013

*Горина Ю.В., Большакова А.В.*  
*студентки 3 курса факультета экономики и менеджмента*  
*Научный руководитель: Магера И.В., ст. преподаватель каф. экономики*  
*Муромский институт (филиал)*  
*Владимирского государственного университета им. А.Г. И Н.Г. Столетовых*  
*(г. Муром)*

### **Прогнозирование вероятности банкротства предприятия в современных условиях**

В современных условиях основой стабильного положения предприятия и залогом его выживаемости служит финансовая устойчивость. Она отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором предприятие, свободно манипулируя денежными средствами, способно путем эффективного их использования обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции, а также минимизировать затраты на его расширение и обновление. Недостаточная финансовая устойчивость может привести к отсутствию у предприятий средств для развития производства, их неплатежеспособности и, в конечном счете, к банкротству. Поэтому определение границ финансовой устойчивости предприятий относится к числу наиболее важных проблем.

Особенно актуальной проблемой, приобретающей первостепенное значение в современных российских условиях, является выявление неблагоприятных тенденций развития предприятия, предсказание банкротства. Прогнозирование возможности наступления банкротства является одним из важнейших направлений обеспечения финансовой стабильности предприятия.

В настоящее время в мировой теории и практике получили распространение различные методы и модели оценки и прогнозирования банкротства, использование которых позволяет с достаточно высокой степенью точности предсказывать наступление финансовых кризисов на предприятии.

При разработке зарубежных моделей не учитывался весь спектр внешних факторов риска, свойственных российским условиям: финансовая обстановка в стране, темпы инфляции, условия кредитования, особенности налоговой системы и т. д. Поэтому для большей объективности финансовое состояние предприятия необходимо оценивать с помощью нескольких методов интегральной оценки, в том числе и отечественных моделей.

В рамках исследования проведена оценка вероятности банкротства ОАО «ГМК «Норильский никель». «ГМК «Норильский никель» – крупнейшая российская горно-металлургическая компания, которая производит четыре основных металла – никель, медь, палладий и платину, а также множество побочных металлов, таких как кобальт, родий, серебро, золото, теллур, селен, иридий, рутений. Предприятия Группы занимаются поиском, разведкой, добычей, обогащением и металлургической переработкой полезных ископаемых, производством, маркетингом и реализацией драгоценных и цветных металлов. На долю ОАО «ГМК «Норильский никель» приходится более 18% мирового производства никеля, около 2,5% меди, почти 50% производства палладия и около 13% плати-

ны. На отечественном рынке на долю предприятий ОАО «ГМК «Норильский никель» приходится около 96% всего производимого в стране никеля, 55% меди, более 90% МПГ, 95% кобальта.

Таблица 1 – Основные финансовые показатели Группы по МСФО (в миллионах долларов США)

Показатели	2009	2010	2011	2012
Выручка	8 542	12 775	14 122	12 065
- от реализации металлов	8 075	12 126	13 297	11 061
- от прочей реализации	1 714	649	825	1 004
Валовая прибыль от продажи металлов	4 409	7 903	8 330	5 899
Валовая прибыль/ выручка, %	52	62	59	49
EBITDA	4 198	7 209	7 239	4 932
EBITDA / Выручка, %	49	56	51	41
Чистая прибыль	2 504	5 234	4 186	2 143
Прибыль/выручка, %	29	24	26	18
Прибыль на акцию (в долларах США)	14,9	18,8	21	14
Дивиденды на акцию (1) (в долларах США)	6,8	6,4	6,3	13
Средневзвешенное количество обыкновенных акций в обращении в течение года, млн. шт.	174,6	175,5	173,2	158,2
Денежные средства и их эквиваленты	3 632	5 405	1 627	1 037
Инвестиции в ценные бумаги и прочие финансовые активы	2 016	1 518	2 171	1 842
Здания, сооружения и инфраструктура	11 017	9 153	9 585	11 927
Активы	22 760	23 909	18 912	20 974
Краткосрочный долг	2 972	1 236	2 741	2 526
Долгосрочный долг	2 345	1 561	2 400	2 497
Итого обязательства	8 005	5 935	7 690	8 034
Уставный капитал и резервы	14 755	17 974	11 222	12 940

Для оценки риска финансовой несостоятельности были использованы зарубежные методики: двухфакторная и пятифакторная модель Альтмана, четырехфакторная модель Таффлера, четырехфакторная модель Лиса, пятифакторная модель Бивера. Также проведено прогнозирование риска финансовой несостоятельности предприятия на основе отечественных методик: нормативного метода и пятифакторной модели. Результаты исследования на предмет прогнозирования несостоятельности на основе зарубежных и отечественных многофакторных моделей сгруппированы в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты оценки вероятности банкротства ОАО «ГМК «Норильский никель» на основе зарубежных и отечественных моделей

Название модели	Модель и шкала оценки	Значение	Вероятность банкротства
<b>Зарубежные многофакторные модели</b>			
Двухфакторная Z-модель Альтмана	$Z = -0,3877 - 1,0736K_{тл} + 0,579K_{зс}$ $Z < 0$ – вероятность банкротства мала; $Z = 0$ – вероятность банкротства составляет 50 %; $Z > 0$ – вероятность банкротства высока	-2,798	Низкая
Пятифакторная Z-модель Альтмана	$Z = 0,717X_1 + 0,874X_2 + 3,10X_3 + 0,42X_4 + 0,995X_5$ $Z > 1,23$ – вероятность банкротства мала; $Z < 1,23$ – вероятность банкротства высока	2,330	Низкая
Четырехфакторная Z-модель Таффлера	$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4$ $Z > 0,3$ – вероятность банкротства невелика; $Z < 0,2$ – очень высокая вероятность банкротства	1,148	Низкая

Продолжение таблицы 2

Название модели	Модель и шкала оценки	Значение	Вероятность банкротства
<b>Зарубежные многофакторные модели</b>			
Четырехфакторная Z-модель Лиса	$Z = 0,063 \cdot X_1 + 0,092 \cdot X_2 + 0,057 \cdot X_3 + 0,001 \cdot X_4$ $Z < 0,037$ – высокая вероятность банкротства; $Z > 0,037$ – вероятность банкротства невелика	0,692	Низкая
Пятифакторная модель Бивера	1. Коэффициент Бивера 2. Коэффициент текущей ликвидности 3. Финансовый леверидж 4. Коэффициент покрытия активов собственными оборотными средствами 5. Рентабельность активов Группа 1 – Благополучная компания Группа 2 – Пять лет до банкротства Группа 3 – Один год до банкротства	Группа 1	Благополучная компания
<b>Отечественные многофакторные модели</b>			
Нормативный метод	Ктлр $< 1$ – предприятие может утратить платежеспособность и оказаться банкротом Ктлр $> 1$ – предприятие, имея удовлетворительную структуру баланса в настоящий момент, сохранит платежеспособность и в будущем	0,482	Предприятие может утратить платежеспособность и поэтому оказаться банкротом
Пятифакторная Z-модель	$Z = 2X_1 + 0,1X_2 + 0,08X_3 + 0,45X_4 + X_5$ $Z = 1$ – удовлетворительное финансовое состояние $Z < 1$ – неудовлетворительное финансовое состояние	0,876	Неудовлетворительное финансовое состояние

При оценке вероятности банкротства ОАО «ГМК «Норильский никель» на основе двухфакторной и пятифакторной моделях Альтмана, четырехфакторной модели Таффлера и четырехфакторной модели Лиса был получен одинаковый результат – вероятность банкротства предприятия является низкой. По результатам расчётов коэффициентов для пятифакторной модели Бивера было выявлено, что ОАО «ГМК «Норильский никель» является благополучной компанией.

При оценке вероятности банкротства по отечественным методикам было установлено, что финансовое состояние данного предприятия является неудовлетворительным, может возникнуть утрата платежеспособности.

Разность результатов оценки вероятности банкротства предприятия по зарубежным и отечественным методикам подтверждает тот факт, что при разработке зарубежных моделей не учитывался весь спектр внешних факторов риска, свойственных российским условиям.

В целом вероятность банкротства ОАО «ГМК «Норильский никель» является высокой. По результатам исследования было выявлено, что предприятие находится в неудовлетворительном финансовом состоянии, а одной из угроз для данного предприятия является возможная утрата платежеспособности.

В первую очередь рекомендуется провести мероприятия по эффективному использованию оборотного капитала, так как финансовая устойчивость предприятия и его финансовое состояние в целом находится в непосредственной зависимости от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги. Ускорение оборачиваемости оборотных средств уменьшает потребность в них.

Важно не допустить дальнейшего роста доли дебиторской задолженности в общем объеме оборотных активов предприятия – это может повлечь за собой снижение всех финансовых показателей, замедление оборота ресурсов, простои вследствие не внутренних проблем, а внешних, снижение возможности оплачивать свои обязательства перед кредиторами. Поэтому необходимо проводить работу дебиторами по уменьшению дебиторской задолженности.

Для этого необходимо:

- провести инвентаризацию дебиторской задолженности;
- вести учет дебиторской задолженности по срокам ее возникновения;
- проводить систематический анализ дебиторской задолженности.

Рекомендуется воспользоваться одним из методов оперативного финансового планирования – составлением и исполнением платежного календаря, что позволит предприятию быть проинформированным о том, в какие сроки оно должно изыскать дополнительные источники поступления денежных средств, при отсутствии которых перед предприятием возникает угроза банкротства.

#### **Список использованных источников**

1. Паламарчук А.С. Методические рекомендации по диагностике финансового состояния предприятия //Справочник экономиста, 2006, №2.
2. Пчеленок Н.В. Маслов Б.Г. Зарубежные и российские методики прогнозирования банкротства // Управленческий учет, 2005, №5.
3. Яковлева И.Н. Как спрогнозировать риск банкротства компании в системе риск-менеджмента // Справочник экономиста, 2008, №4.

*Камчатов И.А.  
студент 3 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук,  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

#### **Роль золота в современной экономике**

Большинство людей считают, что золото это дорогой ресурс, который имеет большое значение, обладает хорошими качествами и имеет массу других причин, которые аргументируют статус и стоимость такого металла. Да, золото имеет ценность, но только в те времена, когда не было валюты, денежных знаков, электронных денег. Золото сильно переоценено в современном мире, ввиду силы сложившихся традиционных отношений к нему. Раньше золото выполняло все функции денег, сейчас золото нельзя назвать полноценными деньгами, оно не выполняет все функции присущие им, осталась только одна, но при этом сомнительная функция сбережения. Также золото мало где применимо, ну либо в небольших количествах, основное потребление этого ресурса занимает ювелирная промышленность, которая своим производством навязывает человеку бесполезный товар.

Центральный банк закупает золото: по данным Всемирного совета по золоту, российские золотые резервы выросли более чем в два раза за последние пять лет. Россия воспользовалась финансовым кризисом для пополнения восьмых крупнейших в мире золотых резервов, и продолжает тратить на золото около \$500 млн. в месяц. В августе выяснилось, что финансовые гиганты Джордж Сорос (George Soros) и Джон Полсон (John Paulson) также купили значительное количество металла, но скупка Россией золота не может оставаться без внимания.

Никто в мире не играет в глобальную силовую политику так безжалостно как РФ. Действия президента могут иметь значение для наших финансов, потому что на золото можно смотреть двояко.

С одной стороны золото как на наиболее ликвидный актив в периоды глобальных потрясений, или чего-то похуже.

С другой стороны, это инвестиция, которая по современным стандартам кажется бессмысленной. Она не генерирует денежные потоки и не служит никакой практической цели. Уоррен Баффет (Warren Buffett) сказал про золото, что мы выкапываем его из одной

дыры в земле только чтобы хорошенько спрятать в другой, бетонированной и хорошо охраняемой дыре, и если кто-нибудь наблюдает за этим с Марса, он не увидит в этом никакого смысла.

Не обращайте внимания на разговоры о том, что оно – «настоящие» деньги. Ничего такого вообще нет в природе. Деньги – это просто бухгалтерская условность, способ отследить то, сколько каждый из нас потребил и произвел. Золото – это блестящий и несколько вульгарный на вид металл. Он тяжелый, ковкий и трудно разрушается. Недавнее исследование профессоров из Университета Дюка, Кэмпбелла Харви (Campbell Harvey) и Клода Эрба (Claude Erb) поставило под сомнение большинство аргументов в пользу того, что золото можно считать инвестицией [1].

Можно согласиться с мнением Воррена Баффета, что в действительности золото не несет никакой ценности для населения страны, оно для нас просто дорого, мы не можем позволить себе образовывать сбережения, да и экономически не выгодно, лучше бы инвестировать в промышленность, открывать депозитные счета, открывать собственный бизнес, если на то есть средства. А золото пускай будет только для промышленности и медицины.

Государства наращивают золотые резервы, возникает вопрос зачем? Более рационально было бы наращивать запасы топливно-энергетических ресурсов, таких как нефть, газ, уран, каменный уголь и других, так как они могут быть израсходованы в полном объеме и в процессе их потребления нести пользу, нежели чем золото, тем более в таких количествах. Золото потребляется страной, но в малом количестве в основном оно представлено в виде ювелирных изделий, которых, кажется, уже избыток, демографическая численность населения не поспевает за темпами их производства, да и многие украшения просто передаются по наследству.

Золото в промышленности нашло широкое применение, спрос на него составляет несколько сотен тонн в год. Больше всего его используют в электронной промышленности и стоматологии, а также в химической отрасли. Эксперты GFMS (Gold Fields Mineral Services) подсчитали, что во всех изготовленных человечеством промышленных изделиях находится около 17 тыс. тонн золота.

Основным потребителем золота является электронная промышленность, использующая его в электронных компонентах для компьютеров и мобильных телефонов. В будущем потребление золота сектором электроники будет увеличиваться, за счет роста объема индустрии электронных компонентов в Восточной Азии и КНР.

Значительное количество золота используется в области стоматологии в качестве коронок и зубных протезов. В химической промышленности золото используют для изготовления устойчивых коррозии деталей химических приборов и в качестве катализатора.

Остальная доля промышленного применения золота принадлежит многочисленным видам бытового потребления: нанесение защитных покрытий, золочение часовых корпусов, изготовление тканей с золотыми нитями, создания специальных сортов стекла и т.д.

Ведущими лидерами по техническому использованию золота являются США, Япония и Германия. В этих странах золото используется в высокоточных электронных, космических, приборостроительных технологиях. Например, при изготовлении деталей и узлов реактивных двигателей, ядерных реакторов, космических аппаратов и т.д. [2].

Адам Смит в своей «Теории абсолютных преимуществ» считал, что нужно покупать те товары, которые другая страна производит по более низкой цене, чем мы сами готовим.

Наша страна не обладает высокими технологиями, в которые она могла бы тратить золото, и если даже начнет это делать, то цена будет высокой, что объясняется наибольшими затратами на производство, нежели чем в других странах с дешевой рабочей силой. Рациональнее экспортировать золото в те страны, где оно действительно будет потрачено с наибольшей рентабельностью.

Золотой запас обеспечивал стабильность развития экономики отдельно взятого государства. О богатстве страны судили по объему золота, хранящегося в государственных ре-



зервах: чем больше было золота, тем выше ценилась валюта. Каждая банкнота была обеспечена несколькими миллиграммами или граммами золота – в зависимости от номинала. Это позволяло удерживать валюту от серьезной инфляции. Впоследствии значение золотого запаса заметно снизилось, и мировая экономика стала опираться на мировые валюты (в первую очередь, на доллар).

На данный момент золотой запас используется в качестве:

- резервного фонда для покупки иностранной валюты в случае крайней необходимости;
- залогового имущества, которое может быть передано другому государству при получении кредита, либо покупке товаров в случае острой нужды [3].

В России крайняя необходимость в иностранной валюте не возникнет, так как у нас высокий потенциал ресурсов, да и резервный фонд можно, да и нужно создавать из невозобновляемых ресурсов, таких как нефть и газ, которые всегда в цене.

Цена на золото, кажется, необоснованной. Идут затраты на добычу из чего и складывается себестоимость, но было бы неплохо если добычу золота сделать сопутствующей добыче других полезных ископаемых, которые более востребованы в промышленности, которые будут в деле, а не лежать и пылиться в банках, либо экспортировать золото в страны с высокими технологиями. На данный момент курс валюты больше зависит от цены барреля нефти. И пока наука не найдет новое применение золота в промышленности или наша страна не станет более конкурентоспособной на рынке высоких технологий, нецелесообразно наращивать золотой запас страны такими темпами как сейчас.

#### **Список использованных источников**

- 1) <http://www.goldenfront.ru/articles/view/pochemu-putin-skupaet-zoloto>
- 2) [http://goldomania.ru/menu\\_030.html](http://goldomania.ru/menu_030.html)
- 3) <http://www.kurszolota.ru/zolotoy-zapas-rossii.html>

*Ковыляева Е.А.*

*студентка 3 курса экономического факультета*

*Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансов, кредита и экономического анализа*

*Пермская Государственная Сельскохозяйственная академия им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

#### **Валютные войны: участники, причины и последствия**

Каких только войн не знало человечество: были и мировые, и холодные, и опиумные, и газовые. Слово «война» давно уже вышло за рамки своего первоначального значения и стало синонимом любого конфликта, противоречия или просто столкновения интересов. В сегодняшнем мире все бежит и меняется. Но одно по-прежнему остается неизменным. Человеческая алчность, жажда наживы. Если говорить о современной экономике, то здесь эти человеческие слабости проявляются довольно-таки часто. Одним из примеров может служить явление, которое проявилось в 2010 – 2011 годах и носит название «Валютная война».

«Валютные войны», если охарактеризовать кратко, это действия национальных правительств и центральных банков этих стран по осознанному занижению курса национальной валюты с целью защиты собственного рынка от импортных товаров и, в тоже время, создания условий для повышения экспорта собственных товаров. Занижение курса собственной валюты ведет к уменьшению себестоимости товаров, поставляемых на экспорт, тем самым делая эти товары более привлекательными по цене с товарами-аналогами. Данная война получила название «обуй соседа», потому что рост одной страны обусловлен снижением этого самого роста в другой стране. [1]

Основными участниками валютных войн являются, прежде всего, наиболее мощные экономики мира – США, Китай, Япония, Евросоюз (страны-участники еврозоны), а также целый ряд азиатских и латиноамериканских государств. Среди них Южная Корея, Тайвань, Индонезия, Малайзия, Таиланд, Бразилия и другие. [2]

Рассмотрим каждую страну-участницу «Валютной войны» более подробно. Китай – как самый крупный экспортер мира, естественно, не заинтересован в укреплении собственной валюты. Положительное сальдо счета текущих операций составляет около 11% от ВВП. Китай скупает валюту, в основном доллары и евро, и откладывает их в резерв, который на данный момент составляет около \$3 трлн. Казалось бы, скупая такие огромные суммы валюты и выбрасывая в обращение такие же огромные суммы юаней, в стране должна была бы увеличиваться инфляция, однако этого не происходит. Китай, где экономика управляется правящей партией, зачастую не подчиняется экономическим законам.

Бразилия, страна входящая в состав БРИКС (группа из пяти быстроразвивающихся стран: Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южно-Африканская Республика), за последние годы показывающая завидные темпы роста ВВП, столкнулась с проблемой. За счет небывалых темпов роста экономики, привлекательность данной страны среди инвесторов повысилась. Инвесторы, разочарованные кризисом, в котором оказались крупнейшие мировые игроки (США и ЕС), обратили свое внимание на молодые развивающиеся рынки, в том числе на Бразилию. Таким образом, финансовые потоки в 2010–2011 годах устремились в Бразилию. Это привело к повышению курса реала, что автоматически привело к снижению экспорта товаров и увеличению импорта. Правительство данной страны совместно с Национальным банком для того, чтобы не допустить развития данной негативной тенденции вынуждено было вводить налоги на операции с ценными бумагами, что, по их мнению, должно было отпугнуть иностранных инвесторов, тем самым не допустить укрепления национальной валюты. Однако, данные меры не привели к желаемому результату, потому что доходность по бразильским ценным бумагам все равно остается на более высоком уровне по сравнению с 20 самыми большими экономиками мира, несмотря на вводимые налоги [1].

Федеральная резервная система США затеяла самую рискованную в истории денежных отношений игру – печатание денег в масштабе триллионов долларов для стимулирования экономики. Данное решение, не решая ни одну из нынешних дилемм, таит в себе лишь новые опасности.

Американцы привыкли жить не по средствам, вследствие чего потребляют больше, чем могут себе позволить. Жизнь в кредит – должна была способствовать развитию собственных производителей товаров и услуг, так и было до определенного момента, пока на мировой арене не появился Китай. Товары и услуги которого были дешевле американских аналогов. После кризиса 2008 года тенденция потребления китайских и не только китайских товаров стала только усиливаться. Это приводит к увеличению отрицательного баланса счета текущих операций, причем очень большими темпами, и заставляет правительство США заимствовать все больше и больше, тем самым увеличивая государственный долг, который к концу 2011 года перевалил за \$15 трлн. Но самое интересное, что простые американцы жить по-другому не умеют, и потому долг Америки будет только расти. В этой ситуации, США выбрали из двух зол наименьшее – пригрозили Китаю введением жестких экономических санкций, если тот не повысит курс собственной валюты. Однако, Китай также не намерен жертвовать ростом своей экономики ради благополучия других. Таким образом, мы имеем уникальную ситуацию, в которой оказались США. А именно, принцип роста собственной экономики за счет экономик других стран, который позволил Америки стать мировым лидером, теперь обернулся против нее. И сейчас экономика таких стран, как Китай, Бразилия, Индия, «азиатские тигры» развивается за счет экономики США. [3]

Если рассматривать, конкретно, Россию, то ей участие в «Валютной войне» принесет больше вреда, нежели пользы. Так как российские товары вследствие ослабления рубля

более конкурентоспособными не станут по причине того, что они достаточно сильно проигрывают западным аналогам именно по техническим характеристикам. А вот вследствие ослабления рубля импорт станет более дорогим, что ударит не только по промышленности, но и по простым потребителям. Именно поэтому, ослабление рубля принесет России больше вреда, нежели пользы. [1]

Джим О'Нил, (главный экономист банка Goldman Sachs) настоятельно убеждает инвесторов, что ничего особенного не происходит, и нет никаких поводов для тревог, США, как и прежде, уверенно держит бразды правления финансовой системой в мире, США добиваются от Китая и других стран «Большой двадцатки» значительных уступок. [4] Профессор Калифорнийского университета Беркли Барри Эйхенгрин считает, что итогом ослабления национальных валют будет частично скоординированная либерализация монетарной политики. [5] Данный процесс осуществляется с помощью самых различных механизмов, и мнения экономистов о последствиях данной войны разделились. Некоторые считают, что это приведет к отрицательным последствиям во всемирной экономике, некоторые наоборот. [6]

Можно предположить, что последствия валютных войн негативно сказываются на Российскую экономику, так как дорожающие биржевые товары толкают цены только вверх. Каждый день мы видим подорожавшие ценники на бензин и дизтопливо, рост общего уровня цен на ЖКХ, продукты питания, транспорт и прочие товары.

#### **Список использованных источников**

1. <http://www.ecomyzone.com/?p=98>
2. <http://man.tochka.net/89039-valyutnye-voyny-posledstviya-dlya-ukrainy/>
3. <http://www.digest.kyivstar.ua/books/627/>
4. <http://investcafe.ru/blogs/mikser/posts/5181>
5. [http://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%E0%EB%FE%F2%ED%FB%E5\\_%E2%EE%E9%E](http://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%E0%EB%FE%F2%ED%FB%E5_%E2%EE%E9%E)  
D%FB
6. <http://forexaw.com/TERMs/Money/Currencies>

*Кужлева И.В.  
студентка 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Черникова С.А., канд. экон. наук, доцент,  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

#### **Актуальные проблемы управления финансовыми результатами предприятий в современных условиях**

В современных условиях от организации системы учета и управления финансовыми результатами зависит повышение конкурентоспособности предприятия в долгосрочном периоде.

Финансовые результаты деятельности предприятий характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль предприятия получают главным образом от реализации продукции, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, коммерческая деятельность на финансовых и валютных биржах и т.д.) [3].

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия позволяет определить наиболее рациональные способы использования ресурсов и сформировать структуру средств предприятия. Кроме того, финансовый анализ может выступать в качестве инструмента прогнозирования отдельных показателей предприятия и финансовой деятельности в целом [1].

Актуальность данной работы заключается в том, что проблема грамотного и эффективного управления финансовыми результатами является наиболее значимой в развитии организации. Ведь основными целями деятельности любого предприятия является получение прибыли, сохранение и наращивание капитала. Их достижение обеспечивает необходимый уровень эффективности работы хозяйствующего субъекта и удовлетворение интересов его собственников.

Для наглядного представления актуальности выбранной темы исследования был проведен анализ деятельности предприятия ООО «МЗ «Камасталь», а также разработаны основные направления оптимизации финансовых результатов.

Общество с ограниченной ответственностью «Металлургический завод «Камасталь» – дочернее предприятие одного из крупнейших заводов Западного Урала ОАО «Мотовилихинские заводы». Цель деятельности – извлечение прибыли.

Анализ финансовых результатов на предприятии ООО «МЗ «Камасталь» осуществлялся с целью характеристики его финансового состояния, сложившегося на конец отчетного периода, и выявления основных направлений изменения показателей за анализируемый период. Исходными данными для проведения анализа послужили документы за период с 2010 по 2012 год: бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах.

Финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы оценивается показателями ликвидности, которая показывает способность активов быстро и без проблем превращаться в денежные средства для погашения долгов, проведения оплаты, сделок и т.д (таблица 1) [2].

Таблица 1 – Анализ коэффициентов ликвидности ООО «МЗ «Камасталь»

Наименование коэффициента	2010 год	2011 год	2012 год	Нормативное значение
Абсолютной ликвидности	0,004	0,0002	0,0002	>0,2
Критической ликвидности	0,4	0,29	0,15	>0,7
Текущей ликвидности	0,86	0,99	0,77	>2

Таким образом, анализируя показатели ликвидности, следует отметить, что все коэффициенты меньше порогового значения. Исходя из таблицы, можно отметить, что все коэффициенты снизились за 2012 год. Низкие значения свидетельствуют о несостоянии предприятия погасить текущую задолженность за счет наиболее ликвидных активов в ближайшее время, о том, что текущие кредиторские обязательства плохо обеспечиваются текущими активами, а также на данном предприятии будет довольно сложно погасить текущие обязательства, если положение станет действительно критическим.

При оценке ликвидности предприятия проводится анализ ликвидности баланса путем сравнения групп активов и групп пассивов.[4]

Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняются следующие условия:  $A1 \geq П1$ ;  $A2 \geq П2$ ;  $A3 \geq П3$ ;  $A4 \leq П4$ ., результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ ликвидности баланса ООО «МЗ «Камасталь»

Актив	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Пассив	2010 г.	2011 г.	2012 г.
<b>A1</b>	6 889	439	684	<b>П1</b>	273 340	939 560	1 554 397
<b>A2</b>	554 334	589 274	552 495	<b>П2</b>	1 105 222	855 890	1 212 839
<b>A3</b>	634 521	1 263 916	1 725 736	<b>П3</b>	-	450 000	250 000
<b>A4</b>	78 367	120 869	194 327	<b>П4</b>	-153 314	-393 287	-745 426

Из таблицы 2 видно, что баланс анализируемого предприятия на период с 2010 по 2012 годы не является абсолютно ликвидным, поскольку выполняется только одно условие –  $A3 > П3$ . Это говорит о том, что в будущем, при своевременном поступлении денежных средств от продаж и платежей, предприятие может быть платежеспособным на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств после даты составления баланса. Невыполнение остальных условий означает, что у предприятия

недостаточно оборотных средств в размере, достаточном для погашения краткосрочных обязательств.

Финансовое состояние, ликвидность и платежеспособность предприятия в большей степени зависит от уровня деловой активности, от использования оборотного капитала, оценки его величины и структуры.

В связи с тем, что оборотные средства формируют основную долю ликвидных активов организации, их величина должна быть достаточной для обеспечения ритмичной и равномерной работы организации и как следствие получение прибыли (таблица 3) [2].

Таблица 3 – Анализ эффективности использования оборотных средств ООО «МЗ «Камасталь»

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Изменение (+ ;–)
Выручка, тыс.руб.	3 262 751	5 089 037	6 188 614	2 925 863
Количество дней анализируемого периода	360	360	360	-
Остаток оборотных средств, тыс. руб.	1 188 787	1 777 378	2 137 049	948 262
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,74	2,86	2,89	0,15
Продолжительность одного оборота, дней	131,4	125,8	124,5	-6,9
Коэффициент загрузки оборотных средств	0,36	0,35	0,35	-0,01

По данным таблицы 3 следует отметить, что коэффициент оборачиваемости оборотных средств за анализируемый период увеличился на 0,15 и составил на 2,89. Увеличение коэффициента свидетельствует о возрастании эффективности и рациональности использования оборотных средств. Так, если в 2010 году на 1 руб. оборотных средств приходилось 2,74 руб. реализованной продукции, то в 2012 г. – 2,89 руб. Снижение продолжительности одного оборота также является положительным фактором, так как он показывает за какой срок предприятию возвращаются его оборотные средств в виде выручки от реализации продукции. Коэффициент загрузки оборотных средств снизился в 2012 г., что означает, уменьшение затрат на 1 рубль реализованной продукции.

С целью стабилизации финансового состояния предприятия необходимо разрабатывать и внедрять план мероприятий по повышению эффективности хозяйствования.

Одним из таких мероприятий на предприятии ООО «МЗ «Камасталь» будет являться снижение косвенных затрат за счет отказа от агентского договора с ЗАО «Торговый дом «Мотовилихинские заводы», по которому указанная организация отчисляет в свой доход 3,5% от выручки ООО «МЗ «Камасталь», что за 2012 г. составило 139 600 тыс.руб. Затраты на агентское вознаграждение в 2012 г. составили 6300 тыс.руб.

Поэтому необходимо создать собственную оптимальную по своей структуре и численности службу маркетинга, которая самостоятельно будет заниматься реализацией продукции.

Создание в структуре ООО «МЗ «Камасталь» своей маркетинговой службы, отказ от дорогостоящих услуг ЗАО «Торговый дом» – одно из основных мероприятий по значительному увеличению выручки от продажи продукции на российском рынке, а его высокая окупаемость позволит повысить финансовый результат (таблица 4).

Таблица 4 – Единовременные и текущие затраты на создание собственного отдела маркетинга

Расходы	Значение (тыс.руб.)
Фонд оплаты труда со страховыми выплатами (при штатном количестве специалистов – 9 человек и руководителей – 3 человека)	5 200
Прочие расходы (услуги по эксплуатации информационных систем и связи, стоимость междугородних и международных переговоров, канцтовары, и др.)	5 600
Проценты по кредитам банков и займам организаций, выплачиваемые ЗАО «Торговый дом»	96 000
Единовременные затраты на приобретение основных фондов	600
Снижение расходов ООО «МЗ «Камасталь» на агентское вознаграждение по разделу «Коммерческие расходы»	- 6 300
<b>ИТОГО РАСХОДОВ</b>	<b>101 100</b>

Экономический эффект составит:  $139\,600 - 101\,100 = 38\,500$  тыс.руб.

Кроме того, создание собственной службы маркетинга позволит значительно повысить заинтересованность ее специалистов в повышении результатов работы предприятия, так как функции, возложенные на маркетологов, исходя из сложившейся практики в холдинге, носят универсальный характер. Они занимаются как исследованием рынка, колебаний спроса и предложений, организацией рекламных компаний, так и непосредственным сбытом продукции. И чем ближе они будут находиться к самому процессу производства, чем более глубокими знаниями в области технологии и ценообразования будут обладать, тем активнее будет осуществляться процесс поиска заказчиков и реализации продукции. Вопрос этот на данный момент самый актуальный. Рост предпринимательской активности, как минимум, даст увеличение объема продаж до 15%.

#### **Список использованных источников**

1. Бочаров В.В. Финансовый анализ: учебное пособие. – М.: Изд-во Питер, 2009. – 240 с.
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: Учебник. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2010. – 351 с.
3. Селезнёва Н.Н. Ионова А.Ф. Финансовый Анализ/Управление Финансами: Учебник. – М.: Изд-во: «ЮНИТИ», 2006. – 638 с.
4. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 343 с.

*Латыпова А.Р.*  
*студентка 2 курса факультета экономики, финансов и коммерции*  
*Научный руководитель: Спешилова М.С.,*  
*ассистент каф. финансов, кредита и экономического анализа*  
*Пермская Государственная Сельскохозяйственная академия им. акад. Д.Н. Прянишникова*  
*(г. Пермь)*

## **Перспективы развития продукции животноводства в личном подсобном хозяйстве**

В современных условиях одним из важнейших факторов, способствующих устойчивому развитию сельских территорий, является эффективное использование внутреннего потенциала лично-подсобных хозяйств населения.

В современной российской экономике хозяйства населения занимают особое место и являются самостоятельными субъектами собственности и хозяйствования. Они выступают одновременно как производители и как потребители жизненно важных материальных благ и играют все возрастающую роль в продовольственном обеспечении страны.

Личные подсобные хозяйства являются основным источником обеспечения сельских жителей не только продовольствием, но и главным средством существования.

Личные подсобные хозяйства (ЛПХ) – непредпринимательская деятельность гражданина и членов его семьи по производству и переработке сельскохозяйственной продукции на предоставленном (приобретенном) участке земли, как правило в сельской местности, для удовлетворения собственных нужд в продуктах питания.

ЛПХ являются одной из самых гибких и динамичных форм организации производства в агропромышленном комплексе.

В качестве объекта исследования стало личное подсобное хозяйство, которое расположено в Бардымском районе в селе Константиновка.

В хозяйстве развивается продукция животноводства. Животноводство обеспечивает население продуктами питания (молоко, масло, мясо), а легкую промышленность – сырьем (шерсть, кожа), дает живую тягловую силу и органическое удобрения – навоз. Из продуктов и отходов животноводства получают некоторые корма (обрат, мясокостная, костная мука и др.), а также различные лекарственные препараты (лечебные сыворотки, гормональные препараты и др.).

В хозяйстве имеются такие животные как: 1 корова, 3 быка, 4 теленка, 2 овцы, 4 ягненка, 5 куриц, 1 петух.

От коровы в хозяйстве получают молоко. Порода коровы – черная пестрая. В летний период удой составляет примерно 15-20 литров в день, в зимний период 3-4 литра в день. До июня месяца удой коровы самый высокий около 20 литров в день. Июнь считается самым благоприятным месяцем. В июле из-за жаркой погоды удой снижается до 15 литров в день. В зимний период удой очень маленький около 3-4 литров в день, так как в рацион питания уже не входят сочные корма, в основном сено, изредка в рацион добавляют кормовую свеклу. В летний период корову доят 2 раза в день, а в зимний период – 1. Из молока также получают сыр, сметану, ряженку, творог, сыворотку и т.д.

Быков в хозяйстве выращивают на мясо. Мясо – важнейший продукт питания, источник белка. Быков выращивают и откармливают до 1,5-годовалого возраста, а затем забивают, их масса составляет примерно 180-200 кг. Забой производится прямо в хозяйстве. После забоя мясо продают местным жителям: передняя часть – 210 руб. за 1 кг, задняя часть – 200 руб. за 1 кг. Также продают кожу – 35 руб. за 1 кг, и субпродукты.

Телят покупают весной в марте-апреле, половину выращивают на мясо и половину продают осенью в августе-сентябре за 10-15 тыс. за теленка.

Овец в хозяйстве держат для получения мяса и шерсти. На мясо животное забивают по личным потребностям. Шерсть отдают на переработку также для личных потребностей.

Ягнят выращивают также как и овец и на мясо и на шерсть. Овец и ягнят кормят сеном и водой в зимний период, в летний период – зеленый корм.

От кур получают мясо, яйца, перья. Вся продукция используется для личных потребностей.

Все трудовые работы по содержанию личного подсобного хозяйства выполняют владельцы этого хозяйства.

Таким образом, у хозяйства круглый год есть необходимые продукты питания для существования, а также хозяйство получает прибыль от реализации своей продукции животноводства.

Таблица 1 – Основная продукция, от которой хозяйство получает прибыль

Продукт/товар	Цена	Примечание
Молоко	35 руб. за 1 литр	
Мясо быков	210 руб. за 1 кг – передняя часть 200 руб. за 1 кг – задняя часть	Забой производят при массе животного в 180-200 кг.
Кожа	35 руб. за 1 кг.	От одной коровы/быка выход кожи составляет 25-30 кг.
Теленок	10-15 тыс. руб. за 1 голову	Продают осенних телят. Цена зависит от пола и массы.
Мясо овец	280 руб. за 1 кг	1 овца весит 10-15 кг

Личное подсобное хозяйство на сегодняшний день является распространенной формой ведения хозяйства. Владельцы могут не только удовлетворить свои потребности в продуктах питания, но и обеспечить продуктами все население, получая при этом неплохую прибыль.

#### Список использованных источников

1. Википедия – свободная энциклопедия – [Электронный ресурс] – Адрес сайта: <http://ru.wikipedia.org> (Дата обращения 20.11.2013 г.)

2. Программа «Стань фермером» – [Электронный ресурс] – Адрес сайта: <http://www.i-farmer.ru> (Дата обращения 22.11.2013 г.)

*Мякота А.Н.*  
*студентка 4 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Черникова С.А., зав. кафедрой финансов и кредита*  
*Пермский институт экономики и финансов*  
*(г. Пермь)*

#### Особенности антикризисного регулирования на микроуровне экономики

В развитии любой организации существует вероятность наступления кризиса. Характерной особенностью рыночной экономики является то, что кризисные ситуации могут возникать на всех стадиях жизненного цикла предприятия (становление, рост, зрелость, спад). Краткосрочные кризисные ситуации не меняют сущности предприятия как производителя прибыли, они могут быть устранены с помощью оперативных мероприятий. Если предприятие в целом неэффективно, экономический кризис приобретает затяжной характер, вплоть до банкротства. Остроту кризиса можно снизить, если учесть его особенности, вовремя распознать и увидеть его наступление. В этом отношении любое управление должно быть антикризисным, т.е. построенным на учете возможности и опасности кризиса и решающее значение здесь имеет стратегия управления. Когда становится явной неиз-



бежность кризиса, главное внимание сосредотачивается на проблемах выхода из кризиса, средствах и методах.

Актуальность темы можно объяснить тем, что на сегодняшний день вопросы разработки, внедрения и совершенствования антикризисной программы на предприятии является крайне важными и обуславливается требованиями современного рынка.

Методы, использованные в работе по устранению антикризисного состояния на предприятии:

1. Проведен мониторинг показателей финансового состояния предприятия и его платежеспособности

2. Совершенствование финансового планирования и финансового прогнозирования неплатежеспособной организации, в том числе определение возможности увеличения оборота предприятия за счет собственных источников финансирования.

Для того чтобы хозяйствующие субъекты могли постоянно контролировать финансовое состояние компании, успешно развиваться, используя доступную финансовую информацию, необходимо систематическое ведение финансовой отчетности и проведение ее финансового анализа. Это позволяет оценить, насколько правильно компания ведет свой бизнес, поскольку основная цель финансовых специалистов – максимально повысить стоимость фирмы.

Финансовое состояние является важнейшей характеристикой финансовой деятельности предприятия. Оно определяет конкурентоспособность предприятия и его потенциал в деловом сотрудничестве, является гарантом эффективной реализации экономических интересов всех участников финансовых отношений: как самого предприятия, так и его собственников.

Нами было проведено исследование предприятия ООО «Гранд» с наиболее распространенной хозяйственно-правовой формой собственности. Так как предприятия с данной формой собственности занимают большую часть на российском рынке, вследствие чего наиболее уязвимы к кризисным ситуациям.

В связи с мировым глобальным кризисом 2008 года, анализ финансового состояния ООО «Гранд» проведенный по данным финансовой отчетности за 2010-2012 года характеризует работу данного предприятия как неудовлетворительную.

Анализ ликвидности предприятия показал, что предприятие не в состоянии полностью в срок погасить свои обязательства.

Таблица 1 – Анализ ликвидности баланса ООО «Гранд» по относительным показателям

Показатели	Формула расчета	2010 г.	2011 г.	2011 г.	Отклонение
Коэффициент текущей ликвидности	$\frac{\text{оборотные активы}}{\text{краткоср.обяз} - \text{ва}}$	0,08	0,07	0,11	0,03
Коэффициент срочной ликвидности	$\frac{\text{Ден. ср} - \text{ва} + \text{краткоср. фин. вл} + \text{ДЗ}}{\text{краткоср.обяз} - \text{ва}}$	0,03	0,05	0,06	0,03
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\frac{\text{ден. ср} - \text{ва} + \text{краткоср. фин. вл}}{\text{краткоср.обяз} - \text{ва}}$	0,01	0,01	0,02	0,01
Коэффициент покрытия	$\frac{\text{оборотные активы}}{\text{краткоср.обяз} - \text{ва}}$	0,08	0,07	0,11	0,03

Значение коэффициента текущей ликвидности (0,11) тоже оказалось ниже допустимого. Это означает, что у ООО «Гранд» недостаточно активов, которые можно в сжатые сроки перевести в денежные средства, чтобы погасить краткосрочную кредиторскую задолженность.

Коэффициент автономии (<0,01) имеет критическое значение, из-за фактического отсутствия собственного капитала.

Рентабельность продаж у ООО «Гранд» увеличилась на 0,25. Это положительно характеризует коммерческую деятельность компании. В целом от финансово-хозяйственной деятельности получен убыток.

Финансовый анализ деятельности предприятия даст свои результаты только в том случае, если это будет не разовая мера, а постоянный хорошо отлаженный процесс. Так как в исследуемой работе рассматривалась методика финансового анализа в интересах собственника можно рекомендовать не увлекаться большим количеством анализируемых показателей в сочетании с ежемесячным мониторингом. В результате пострадает качество, и результат анализа будет недостоверным. Наиболее эффективным будет определить перечень анализируемых показателей и расчетных коэффициентов, а также периодичность их анализа, учитывая особенности вида деятельности предприятия и конкретные запросы собственников.

На основании полученных результатов финансового анализа могут быть:

- подготовлены рекомендации для принятия оперативных управленческих решений;
- скорректирована программа долгосрочного развития предприятия по фактически достигнутым результатам ее выполнения.

В результате анализа были предложены меры по увеличению объема выручки; мероприятия, направленные на повышение эффективности управления дебиторской задолженностью.

В результате реализации указанных мер предприятие будет выведено из кризисного состояния, уменьшится размер убытка.

Таким образом, исследованы механизмы финансовой стабилизации, практически применены меры финансового оздоровления ООО «Гранд».

#### **Список использованной литературы**

1. Грибов В.Д. Основы бизнеса: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 160 с.
2. Бирюкова О.Ю., Бочкова Л.А. Приемы антикризисного менеджмента: учебное пособие.- М.: «Издательский дом Дашков и К», 2008. – 271 с.
3. Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ. – М.: ДИС, 2010. – 324 с.
4. Теория и практика антикризисного управления. Учебник/Под ред. С.В.Беляева и В.И Кошкина. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 453 с.
5. Антикризисное управление. Общие основы и особенности России. Учеб пособие для вузов/И.К.Ларионов, Н.И.Брагин, А.Т.Алиев и др. – М.: Издат.Дом «Дашков и К», 2009 – 247 с.

*Панова А.Г.  
студентка 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

#### **Риски при операциях с кредитными картами**

Тема актуальная для современного человека, потому что все мы пользуемся банковскими карточками. Есть несколько простых советов чтобы не попасться на уловки мошенников.

История появления банковских карт начинается на заре 20 века, а именно в 1914 году. Годом появления первой в мире кредитной карты считается 1950 год. А банкоматы своей родиной считают Великобританию. Именно, в Лондоне, в 1967 году он был установлен первый в мире банкомат. Начало банковским кредитным картам положил Джон С. Биггинс, один из специалистов по потребительскому кредиту из Национального банка

Flatbush в Бруклине. Первой платежной картой, пришедшей в Россию (тогда еще – в Советский Союз), видимо, следует считать карту международной платежной системы Diners Club. Именно эти карты начали приниматься в системе магазинов «Березка» в 1969 г. И лишь после начала развития в России системы коммерческих банков (точкой отсчета этого можно считать принятие в 1990 г. Закона «О банках и банковской деятельности») у банковских пластиковых карт как платежного инструмента, ориентированного на держателей – частных лиц, появилось в России большое будущее.

По словам Д. Цыганкова, изготовление новой поддельной (или клонированной) карты – дело техники и занимает считанные часы. Это мнение подтверждает и начальник управления платежных карт ООО КБ «АРМА» Виктор Раков. «Понятие взлома карточки как такового не существует по отношению к карточке с магнитной полосой: для того, чтобы сделать дубликат, необходимо минимальное оборудование и 30 секунд времени», – рассказывает он.

В торговой сети это может произойти под предлогом занесения данных в систему на ридере (устройство, считывающее информацию при оплате покупки карточкой), встроенном в клавиатуру компьютера. «Остается только сделать дубликат карточки и спокойно платить в торговой сети с Вашего счета. PIN-код, как правило, не спрашивается, на чеке Ваш образец подписи остался у торговца. Доказать банку, что Вы не делали данную операцию, практически невозможно», – отмечает В. Раков.

Устройств, используемых сегодня злоумышленниками, гораздо больше. Так, по словам В. Ракова, с помощью «накладной» клавиатуры и гнезда для приема карты мошенники могут считать данные магнитной полосы карточки и узнать PIN-код. Затем эти данные наносятся на «белый» пластик и через банкомат «обнуляется» чужой счет. В результате страдает банк-эмитент карточки, с которой мошенники делали копию.

Довольно распространены случаи, когда мошенник играет на доверии владельца карточки. Например, злоумышленник вставляет в гнездо приема карточки прозрачный пластик со специальным язычком, который «не пускает» карточку назад, когда наличные уже сняты. Владелец карты недоумевает, а мошенник якобы случайно оказывается рядом и любезно объясняет, что с ним уже происходила такая история, и добыть свою карту ему удалось при помощи повторного ввода PIN-кода. Доверчивый владелец застрявшей карты тут же вводит свой PIN-код. Мошенник его видит. Однако карточка, естественно, не появляется. Тогда окончательно сбитый с толку владелец идет звонить в банк, а тем временем мошенник спокойно достает карту и «обнуляет» чужой счет. В данной ситуации страдает владелец карточки.

Еще один тип мошенничества – оплата товаров с помощью поддельных карточек в магазине. Чаще всего мошенники используют технологию «скимминга» (от англ. skim – снимать налип, верхний слой). С помощью специального приспособления с магнитной полосы карты «считывается» информация, затем из простого белого пластика изготавливается карточка-фантом. В торговой точке подобную псевдокарточку можно использовать только с ведома хозяина заведения (или кассира).

Со своей стороны Д. Цыганков отмечает участвовавшие случаи мошенничества с международными платежными картами. «С целью получения персональных данных держателя, а также реквизитов самой платежной карты злоумышленники звонят по номеру телефона клиента и представляются сотрудниками одного из крупных банков. После подтверждения фамилии, имени и отчества клиента мошенники пытаются под тем или иным предлогом узнать паспортные данные, номер самой карты, PIN-код и код безопасности», – рассказывает он.

Эксперт подчеркивает, что сотрудники банка никогда не совершают такого рода звонков. Кроме того, банк не рассылает электронные письма и SMS-сообщения клиентам – держателям карт банка с просьбой подтвердить номер платежной карты и/или другие персональные идентификаторы.

Среди самых распространенных уловок карточных мошенников в Сети – фишинг и специализированные вирусы. Так, по словам Д. Цыганкова, существуют вирусы, которые при заходе на сайт просят сообщить данные карты. Выглядеть это может следующим образом: Эксперт подчеркивает, что PIN-код карты в Интернете никогда не используется и запрашивать эту информацию могут только мошенники. Поэтому вводить PIN-коды в Сети ни в коем случае нельзя. А для защиты компьютера необходимо использовать антивирусные программы с регулярными обновлениями.

Что же касается мошенничества по электронной почте (фишинг), то его механизм выглядит следующим образом. Так, картодержателю приходит письмо якобы от имени банка, в котором сообщается, скажем, о сбое в программном обеспечении или о новых настройках безопасности, которые позволят защитить интересы держателя карты и т.п.

Данные письма содержат просьбу подтвердить персональные данные и реквизиты карты, для чего предлагается пройти по ссылке. Ссылка, если ее открыть, будет точной копией сайта банка. Этот подставной сайт и создан специально с целью сбора данных. Таким образом мошенники «выуживают» ценную информацию, которая позволит им поживиться за чужой счет», – отмечает Д. Цыганков.

Мы ежедневно пользуемся банковскими картами. Следует помнить простые правила, чтобы не угодить в руки мошенников и стараться пользоваться уже проверенными банкоматами и перед применением визуально осматривать платежные терминалы.

#### **Список использованных источников**

1. [Электронный ресурс] – [http://banker.ua/bank\\_news/banks/2011/03/20/1180429675/](http://banker.ua/bank_news/banks/2011/03/20/1180429675/)
2. [Электронный ресурс] – <http://www.chclub.ru/gyp>
3. [Электронный ресурс] – <http://forum.yarcom.ru/topic/18128/>
4. [Электронный ресурс] – Журнал «Финансы и кредит», 21(549) – 2013 июнь
5. [Электронный ресурс] – Журнал «Российское предпринимательство» № 9 Вып. 2 (167) за 2012 год, стр. 99-104
6. [Электронный ресурс] – Журнал «Банковская деятельность» 4 – 2013 август

*Пестерева О.Л.  
студентка 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

#### **Заменят ли электронные деньги бумажные?**

С каждым днём Интернет даёт нам всё больше и больше новых возможностей, постепенно становясь универсальным средством для ведения дел и осуществления платежей. Уже достаточно давно существует возможность оплаты самых различных покупок и даже некоторых услуг при помощи электронных денег, но именно в последнее время она приобрела массовую популярность и получила весьма широкое распространение.

По оценкам J'son & Partners Consulting (февраль 2013 г), в 2012 году российский оборот рынка электронных денег составил 281 млрд рублей, увеличившись на 72% по сравнению с аналогичным показателем 2011 года. В 2011 году совокупная доля Visa QIWI Wallet, Web Money и Яндекс.Деньги по обороту на рынке составила 90%. Ожидается, что к концу 2017 года рынок превысит 680 млн рублей, при этом среднегодовой темп роста (CAGR) с 2012 по 2017 годы составит 20%. Динамика оборота представлена на рисунке 1.

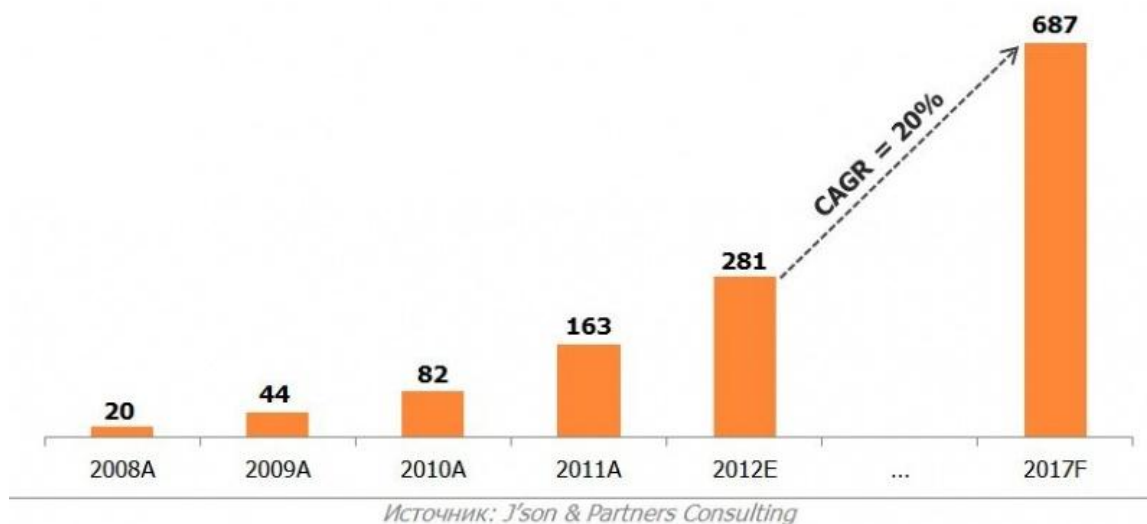


Рисунок 1 – Рынок электронных денег в России за 2008-2012гг, млрд. рублей [4]

Насколько данное платежное средство распространено, можно судить по данным опроса, который был проведен компанией TNS в феврале-марте 2012 года с целью выявить, насколько они используют системы электронных платежей и осведомлены о них.

Опрос проводился в городах свыше 800 тыс. жителей среди населения в возрасте от 18 до 45 по телефону и через личное интервью. Размер генеральной совокупности - 14,1 млн. человек.

В ходе опроса было выявлено, что о таком способе оплаты платежей как электронные деньги знают 12,3 млн. россиян в возрасте от 18 до 45 лет (88%). Согласно результатам TNS, аудиторией электронных денег являются продвинутые пользователи интернета в возрасте до 35 лет, преимущественно мужчины, студенты и высококвалифицированные специалисты.

Люди преклонного возраста по-прежнему больше доверяют традиционным способам оплаты. Немаловажную роль играет сложившийся в обществе стереотип: всё что не имеет материальной формы – нелегально.

На сегодняшний день в России функционируют такие электронные платежные системы, как WebMoney, Яндекс.Деньги, CyberPlat, MoneyMail, Rapida и другие. Наиболее известна россиянам система Яндекс.Деньги (согласно опросу TNS), о ней осведомлены 78% опрошенных. О Webmoney знают 65%, Деньги@Mail.Ru - 46%, QIWI Кошельке - 35%, PayPal - 27% респондентов. [5]

Преимуществами такой формы оплаты являются:

1. Быстрота различных финансовых операций. При использовании электронных денег оплата производится моментально.

2. Доступность операций. Любой человек, который умеет пользоваться ПК, телефоном или любым другим мобильным устройством, где есть доступ к сети Интернет, может в любое удобное для себя время провести любую денежную операцию.

3. Удобство. Не во всех интернет - магазинах производится оплата кредитными картами. Большинство из них предпочитают работать с электронными деньгами.

4. Быстрая конвертация данной валюты. Электронные деньги могут быть переведены в любую необходимую для пользователя валюту или драгоценные металлы. [2]

Несмотря на популярность использования электронных систем оплаты, они имеют свои недостатки:

1. Ненужные траты. Пользователи, не ощущая их материально, начинают относиться к деньгам менее трепетно и тратить на ненужные им вещи.

2. Высокие комиссии за пользование услугами, размер которых не регулируется законом "О национальной платежной системе". [1]

3. Не все интернет-магазины принимают электронные деньги. Несмотря на то, что рынок интернет-коммерции в России развивается достаточно активно, все же далеко не все магазины принимают к расчету виртуальные деньги. Порой пользователям электронных кошельков приходится тратить немало времени в поисках места, где можно приобрести понравившуюся вещь.

4. Нужно всегда быть «он-лайн». Для совершения покупки или оплаты услуг у вас под рукой всегда должен быть доступ во всемирную паутину.

5. Вопросы безопасности

Вместе с ростом количества пользователей виртуальных кошельков увеличивается и число мошенников, желающих воспользоваться чужими деньгами. Существует невысокая вероятность, что кошелек может быть взломан. Однако если обезопасить его надежным паролем, этого риска можно избежать. [3]

В жизни бывает сложно сделать выбор - реальные купюры или виртуальные деньги. У каждого есть своё мнение по этому поводу.

В настоящее время электронные платежные системы динамично развиваются. После вступления в силу Федерального Закона РФ от 27.06.2011 г. N 161-ФЗ "О национальной платежной системе" у Центрального банка появилось больше полномочий в регулировании электронных денег, в том числе электронных кошельков. Поэтому, можно предположить, что данный вид оплаты будет более защищен от мошенничества, а, следовательно, будет пользоваться спросом среди населения. Для достижения эффективного результата реформирования платежной системы государства, необходимо совместно с законодательством, проводить обучающие мероприятия, обеспечить доступность для населения необходимых технических средств. В ближайшей перспективе переход к электронным системам оплаты неизбежен, однако он должен проходить постепенно, в добровольном порядке.

#### **Список использованных источников**

1. Федеральный Закон РФ от 27.06.2011 г. N 161-ФЗ «О национальной платежной системе»

2. Рогова Н. Электронные деньги: где, и как их можно применить // Финансовый департамент, 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fd7.ru/elektronnie-dengi-gde-i-kak-ix-mozhno-primenit/>.

3. Трегубова Е. Виртуальные деньги. Плюсы и минусы электронных кошельков // Аргументы и факты, 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/money/mymoney/42522>.

4. Электронные деньги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Электронные\\_деньги](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Электронные_деньги).

5. Электронные деньги в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.dvreclama.ru/others/analytics/query/24950/sistemy\\_elektronnykh\\_deneg\\_rossiya\\_ispolzovanie\\_uroven\\_osvedomlennosti\\_opros\\_tns\\_issledovanie\\_fond\\_o/](http://www.dvreclama.ru/others/analytics/query/24950/sistemy_elektronnykh_deneg_rossiya_ispolzovanie_uroven_osvedomlennosti_opros_tns_issledovanie_fond_o/).

*Пикулева С.А.*  
*студентка 2 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Останина Л.К., канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент кафедры экономики, финансов, учета и налогообложения*  
*Западно-Уральский институт экономики и права*  
*(г. Пермь)*

### **Пути улучшения использования оборотных средств**

Высокая инфляция, неплатежи и другие кризисные явления вынуждают предприятия изменять свою политику по отношению к оборотным средствам, искать новые источники пополнения, изучать проблему эффективности их использования.

Как отмечал премьер министр Российской Федерации Д.А. Медведев: «Проблемы неплатежей, роста дебиторской задолженности, особенно остры в сферах связанных с ЖКХ, где долги за тепловую энергию возросли в 2013 году почти на четверть. Наиболее серьезное положение в Тверской, Московской областях и в Пермском крае».

Цель нашего исследования – определение путей эффективности использования оборотных средств на примере «Энергетической сетевой компании» («ЭСК»). ООО «ЭСК» создано с целью удовлетворения потребностей в услугах теплоснабжения на территории г. Перми, и получения прибыли.

Предприятие осуществляет следующие виды деятельности: оказание услуг по передаче (транспортировке) пара и горячей воды; оптовая торговля электрической и тепловой энергией; распределение пара и горячей воды; содержание и эксплуатация объектов теплоснабжения; работы по договорам с заказчиками на обслуживание оборудования систем коммерческого учета тепловых пунктов, а также систем контроля параметров тепловой энергии.

Анализ основных экономических показателей деятельности ООО «ЭСК» за 2011 – 2012 гг. [3], свидетельствует о росте выручки в 2012 году на 207 696 тыс. руб. по сравнению с 2011 годом (темп прироста составил 4,15 %). Основную долю в выручке составляет доход от продажи теплоэнергии – 90,73%, который в 2012 году увеличился на 2,46% (113 822 тыс. руб.). Увеличение выручки обусловлено ростом тарифов и увеличением основных фондов (тепловых трасс).

Себестоимость продаж в 2012 году возросла и составила 5 428 535 тыс. руб., что на 181 126 тыс.руб. (3,45%) больше по сравнению с 2011 годом. В том числе себестоимость теплоэнергии в 2012 году сократилась на 4,4% и составила 4 767 248 тыс. руб.

В 2012 году валовый убыток составил 213 484 тыс. руб., что на 26 570 тыс. руб., меньше чем в 2011 году. Сокращение валового убытка произошло за счет снижения себестоимости теплоэнергии и увеличении выручки от продажи теплоэнергии.

Анализ баланса за 2011 г. [3] показал, что в структуре активов предприятия преобладают оборотные средства (78%), а в оборотных активах (83%) занимает дебиторская задолженность, что свидетельствует об отвлечении части текущих активов на кредитование потребителей услуг, и то есть фактической иммобилизации этой части оборотных средств из производственного процесса.

Структура оборотных средств ООО «ЭСК» в 2012 г. выглядит следующим образом: доля дебиторской задолженности увеличилась до 96,12%, денежные средства на счетах и в кассе составляют 2,26%, запасы – 1,17%, НДС по приобретенным ценностям – 0,45%. Краткосрочные финансовые вложения были погашены, и на конец 2012 года отсутствуют.

Исследования источников финансирования, позволяют подчеркнуть, что оборотные средства полностью сформированы за счет привлеченных источников, и это свидетельствует о крайне неустойчивом финансовом положении предприятия.

Продолжительность одного оборота оборотных средств ООО «ЭСК» за 2010-2012 гг. увеличилась на 14 дней (с 176 дней в 2010 г. до 190 дней в 2012 г.). Коэффициент оборо-

чиваемости снизился (с 2,1 до 1,9 оборота), а увеличился коэффициент загрузки средств в обороте на 3,9 коп. (с 48,2 коп. до 52,1 коп.).

Изменение скорости оборота оборотных средств было обусловлено взаимодействием двух факторов: увеличения объема выручки на 259 169 тыс. руб. (ускорило оборачиваемость на 3 дня) и роста среднего остатка оборотных средств на 320 291 тыс. руб. (замедлило оборот на 22 дня)

Замедление оборачиваемости оборотных средств на 13 дней (22 дня-9 дней – 13 дней) дополнительно вовлекло в оборот денежных средств на сумму 185 744 тыс. руб. (13×14 288).

Рассмотренные выше показатели отражают общую оборачиваемость оборотных средств. Однако показатели эффективности использования отдельных элементов оборотных активов могут существенно различаться.

Так продолжительность одного оборота материальных оборотных средств хозяйствующего субъекта за весь анализируемый период возросла на 1,4 дня (с 1,7 дня в 2010 г. до 3,1 дня к 2012 г.). Это привело к уменьшению коэффициента оборачиваемости данного вида оборотных активов на 97 оборотов (с 214,7 до 117,7 оборотов).

Продолжительность одного оборота дебиторской задолженности значительно увеличилась – на 11 дней (со 171 дня в 2010 г. до 182 дней в 2012 г.), что привело к уменьшению коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности до 2 оборотов.

Особенно резкое увеличение продолжительности одного оборота дебиторской задолженности и денежных средств в 2011 году адекватно отразилось на коэффициенте оборачиваемости средств.

Анализ состояния и использования оборотных средств ООО «ЭСК» за 2011-2012 гг. позволяет сделать следующие выводы:

1) Величина капитала и оборотных средств увеличилась, и это говорит о возросшем производственном потенциале данного предприятия;

2) Структура оборотных средств ООО «ЭСК» характерна для большинства энергетических компаний, преобладанием дебиторской задолженности;

3) Формирование оборотных средств осуществляется полностью за счет привлеченных источников;

4) Эффективность использования оборотных средств снизилась. Об этом свидетельствует замедление оборачиваемости оборотных средств на 13 дней, и как следствие дополнительное вовлечение в оборот денежных средств на сумму 185 744 тыс. руб.;

5) За анализируемый период произошло снижение эффективности использования и материальных оборотных средств, и дебиторской задолженности и денежных средств.

Улучшение использования оборотных средств в ООО «ЭСК» конечно можно достичь увеличением выручки, причем ценностный фактор в этой отрасли не решающий, так как тарифы на энергию ежегодно утверждаются региональной энергетической комиссией. Но реализация энергии, и, следовательно, выручка ООО «ЭСК» может быть увеличена расширением круга потребителей, аренды муниципальных тепловых трасс, улучшением работы с дебиторской задолженностью.

Для сокращения дебиторской задолженности и ускорения ее оборачиваемости предлагаются следующие пути решения:

1. Заключение договоров уступки прав требования, тем самым переуступить дебиторскую задолженность и частично покрыть кредиторскую;

Договоры на поставку тепловой энергии заключены с управляющими компаниями, то есть с юридическими лицами, а прямыми потребителями и фактическими должниками являются жители, то есть физические лица.

Таким образом, у ООО «ЭСК» и физических лиц – должников появятся прямые отношения, и исследуемое предприятие может напрямую работать с реальными неплательщиками.



Заключенные договоры на поставку тепловой энергии непосредственно с самими потребителями – физическими лицами, увеличат приток денежных средств, и можно будет напрямую работать с задолженностью;

2. Проводить стимулирующие акции. Например, при погашении задолженности, в том числе за декабрь до конца года, и за январь до 31 января следующего года разыгрывать призы. Призовой фонд 150 000 рублей.

При расширении круга потребителей за счет увеличения тепловых трасс по оценкам экспертов (в качестве которых выступали работники отдела анализа и планирования продаж на розничном рынке и другие специалисты предприятия) и данным предприятиям аналогичной отрасли, объем реализованной продукции предприятия увеличится на 12% (или на 625 806 тыс. руб.). Величина себестоимости всей продукции при увеличении объема продаж на 12% по предварительным расчетам составит 5 971 388 тыс. руб. (т.е. она возрастет только на 10%, т.к. при росте объема продаж постоянные расходы остаются неизменными, а происходит увеличение только переменных расходов).

Проанализировав подобные договоры аренды тепловых сетей у муниципалитета, выяснили, что годовая сумма аренды составит 9 136 тыс. руб.

Таким образом, аренда тепловых трасс приведет к увеличению объема реализации (на 12%) и снижению всех видов убытка (валового убытка – на 29,9%, убытка от продаж – на 29,9%, убытка до налогообложения и чистого убытка – на 77,37%).

Оплата услуг коллекторским агентствам, (среднее вознаграждение составляет 20% от вернувшейся суммы дебиторской задолженности), тоже эффективные затраты при передаче коллекторским агентствам задолженности в размере 49 872 тыс. руб., стоимость услуг составит 9 974 тыс.

Реализация предложенных мероприятий обеспечит повышение выручки фирмы ООО «ЭСК» на 12% (или 625 806 тыс. руб.), и сокращением дебиторской задолженности на 49 872 тыс. рублей, снижение продолжительности одного оборота: оборотных средств на 21 день, материальных оборотных средств – на 0,4 дня, дебиторской задолженности – на 22,3 дня, и увеличению денежных средств за счет поступления собранных средств за минусом агентского вознаграждения на 2 дня.

Более того, предложенные мероприятия приведут к увеличению коэффициента оборачиваемости: оборотных средств на 0,3 оборота, материальных оборотных средств – на 17,5 оборота, дебиторской задолженности – на 0,3 оборота. Коэффициента оборачиваемости денежных средств сократится на 33,4 оборота.

#### **Список использованных источников**

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Л.Е., Басовская Е.Н. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 366 с.
2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 215 с.
3. Бухгалтерский баланс предприятия ООО «ЭСК» за 2011-2013 гг.

*Пономаренко А.А.*  
*студентка 4 курса факультета экономики и управления*  
*Научный руководитель: Глухова В.И.*  
*канд. экон. наук, доцент, зав. каф. «Финансы и кредит»*  
*Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского*  
*(г. Кременчуг, Украина)*

### Анализ рисков доходных поступлений г. Кременчуга

Развитие современной системы государственных финансов в Украине характеризуется динамичностью и переходом на новый этап развития бюджетной системы. Несовершенный бюджетный менеджмент, чрезмерная централизация финансовых ресурсов ведут к рискованности наполнения доходной базы местных бюджетов. Поэтому на современном этапе особое значение приобретает исследование проблем возникновения, анализа и оценки рисков доходов местных бюджетов и эффективного управления ими.

Оценку бюджетных рисков рассмотрим на примере бюджета города Кременчуга, который является одним из высокоразвитых налогопособных регионов Украины. Формирование доходов бюджета г. Кременчуга в течение 2007-2012гг. характеризуется данными, приведенными в табл. 1.

Таблица 1 – Динамика и структура доходов местного бюджета г. Кременчуга, млн. грн.

Показатели	2007		2008		2009		2010		2011		2012		Отклонения 2012/2007	
	Сумма	%	Сумма	%	Сумма	%	Сумма	%	Сумма	%	Сумма	%	+/-	%
Налоговые поступления	250,4	59,0	339,1	63,0	290,3	59,9	357,8	63,3	522,3	65,7	519,4	58,4	269	207,4
Неналоговые поступления	29,4	6,9	41,9	7,8	45,3	9,3	44,7	7,9	52,1	6,5	15,2	1,7	-14,2	51,7
Доходы от операций с капиталом	25,7	6,1	18,6	3,5	10,1	2,1	14,3	2,5	6,2	0,8	8,6	1,0	-17,1	33,5
Целевые фонды	2,5	0,6	4,3	0,8	3,4	0,7	4,2	0,7	12,3	1,5	5,5	0,6	3	220,0
Официальные трансферты	116,3	27,4	134,5	25,0	135,7	28,0	144,3	25,5	202,5	25,5	340,9	38,3	224,6	293,1
Всего доходов	424,2	100	538,4	100	484,6	100	565,3	100	795,5	100	889,7	100	465,5	209,7

Анализ данных свидетельствует, что доходы местного бюджета в целом за исследуемый период выросли более чем в 2 раза, в т.ч. официальные трансферты, доля которых в динамике возросла с 27,4% до 38,3%.

Темп роста налоговых поступлений, доля которых соответственно в доходной части составляет 59% (2007 г.) и 58,4% (2012 г.), преобладает над всеми другими доходами, кроме трансфертов, и составляет 207,4%. С помощью метода статистической оценки риска, суть которого заключается в определении показателей стандартного отклонения, дисперсии и коэффициента вариации, определим риск доходных поступлений бюджета города (табл.1).

Таблица 1 – Оценка рисков налоговых доходов бюджета г. Кременчуга [1]

Показатель	Коэффициент выполнения i-той статьи бюджета						Стандартное отклонение	Коэффициент вариации
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Налоговые поступления	1,08	0,98	0,95	1,00	1,03	0,98	0,1020	10,17%
<i>НДФЛ</i>	1,08	0,97	0,94	1,01	1,03	0,95	0,1147	11,50%
<i>Плата за землю</i>	1,02	1,03	1,27	0,93	1,01	1,01	0,2550	24,42%

Продолжение таблицы 1

Показатель	Коэффициент выполнения i-той статьи бюджета						Стандартное отклонение	Коэффициент вариации
	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
<i>Местные налоги и сборы</i>	1,03	1,01	0,99	1,00	1,02	1,07	0,0599	5,87%
<i>Единый налог</i>	1,08	1,00	1,02	1,02	1,03	1,18	0,1458	13,79%
<i>Другие налоги</i>	1,18	0,99	0,62	0,93	1,07	1,10	0,4421	44,92%
Неналоговые поступления	0,98	1,46	1,30	1,27	1,48	1,59	0,4812	35,70%
Доходы от операций с капиталом	1,93	1,03	0,84	0,98	1,05	1,46	0,9050	74,51%
Целевые фонды	1,08	1,01	1,04	1,02	1,04	0,98	0,0739	7,20%
Официальные трансферты	0,84	0,97	0,97	0,97	0,94	0,84	0,1445	15,71%
Всего	1,02	1,00	0,98	1,01	1,02	0,96	0,0555	5,56%

Анализ данных таблицы показывает, что бюджетные риски по таким статьям налоговых поступлений, как НДС (11,5%), плата за землю (24,4%), местные налоги и сборы (5,87%) составляют менее 25% и имеют умеренный уровень риска. Высокий риск по рассматриваемым статьям налоговых поступлений имеет статья «Прочие налоги», что составляет 44,92%.

Проведенный нами анализ и оценка рисков доходов бюджета г. Кременчуга различными методами, а именно статистическим, экспертной оценки, дисперсионного анализа, подтверждает, что неустойчивое финансовое состояние бюджета Кременчуга связано с рисками доходов. В результате был выявлен ряд факторов, которые влияют на возникновение рисков доходов местных бюджетов как Украины в целом, так и бюджета г. Кременчуга в частности. К ним можно отнести следующие:

- значительное превышение расчетных показателей Министерства финансов при планировании доходов бюджетов.
- большой объем налоговых льгот. Ежегодно наблюдается тенденция роста объемов потерь местных бюджетов от предоставления налоговых льгот.
- неофициальная занятость и теннизация заработной платы, которые являются риском стабилизации доходов местного бюджета, в частности налога на доходы физических лиц.
- задолженность по заработной плате является источником недополучения доходов местными бюджетами.
- существующая система межбюджетного регулирования доходов местных бюджетов не способствует заинтересованности органов местного самоуправления в наращивании собственной доходной базы, о чем свидетельствует превышение темпов роста объемов трансфертов.
- устойчивая тенденция увеличения зависимости органов местного самоуправления от решений центральных органов власти по формированию и выполнения доходной части местных бюджетов.
- принятие в 2010 году нового Бюджетного кодекса Украины, которым в части местных бюджетов предусмотрен ряд изменений, касающихся нормативов, размеров ставок, применения льгот.
- неполное использование потенциалов налогообложения вследствие значительного объема теневой занятости.

Основными направлениями минимизации рисков поступления доходов местного бюджета, по нашему мнению, являются следующие:

1. Усиление борьбы с теневым сектором экономики. Неофициальная занятость и теннизация заработной платы является риском стабилизации доходов местного бюджета, в частности налога на доходы физических лиц.

Среди основных направлений детенизации оплаты труда можно выделить следующие: уменьшение нагрузки на оплату труда налогами и страховыми взносами, усиление связи

между фактически уплаченным страховым взносом и размером пенсионного обеспечения, перераспределение размеров страховых взносов между работающим и работодателем, повышение ответственности за уклонение от уплаты налогов, совершенствование путей администрирования налогов, повышение качества социальных услуг и т.п.

2. Уменьшение задолженности по выплате заработной платы предусматривает: усиление ответственности работодателя за нарушение трудового законодательства в части соблюдения сроков и объемов выплаты заработной платы путем запрета выплаты дивидендов акционерам, а также премиальных и иных поощрительных выплат руководству предприятия в случае допущения задолженности по выплате заработной платы в отчетном периоде, обеспечение безусловной первоочередности выплаты задолженности по заработной плате при банкротстве предприятия.

3. Увеличение объема собственных доходов бюджетов на местном уровне. Расширение собственной доходной базы местных бюджетов предусматривает закрепление за местными бюджетами части налога на прибыль предприятий, что в свою очередь будет способствовать их заинтересованности в активизации работы по росту поступлений этого налога и улучшения условий для ведения бизнеса [3].

4. Изменение перечня местных налогов и сборов и проведения мероприятий по выявлению всех имеющихся источников налогообложения предусматривает применение гибких ставок местных налогов и сборов, поступающих в местные бюджеты с учетом фазы экономического цикла.

5. Сокращение объема налоговых льгот. Пересмотр перечня и количества налоговых льгот, усиления контроля над целевым использованием средств будут способствовать эффективному применению бюджетных средств.

6. Завышение прогнозного объема по доходам, которые учитываются при определении объемов межбюджетных трансфертов, приводит к невыполнению бюджета и взятие среднесрочных ссуд. Для решения этой проблемы целесообразно предусмотреть на законодательном уровне списания предоставляемых из Единого казначейского счета среднесрочных ссуд, в случае превышения макропоказателей экономического и социального развития Украины при формировании бюджета.

7. Уменьшение финансовой зависимости местных бюджетов от государственного бюджета путем увеличения перечня доходов, не учитываемых при расчете межбюджетных трансфертов, за счет платы за землю, административных штрафов, платы за торговый патент на некоторые виды предпринимательской деятельности.

#### **Список использованных источников**

1. Данные финансового управления об исполнении бюджета г. Кременчуга за 2007-2012 гг.

2. Распоряжение Кабинета Министров Украины «О Стратегии развития системы управления государственными финансами» от 1 августа 2013 № 774 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/774-2013-%D1%80>.

*Попова А.А.  
магистрант 2 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

### **Лизинг как метод финансирования капитальных вложений**

Лизинг как альтернативная форма финансирования долгосрочных инвестиций в основной капитал предприятий (корпораций) получает все большее распространение в народном хозяйстве России. Он выражает совокупность экономических и правовых отношений, которые возникают между хозяйствующими субъектами в связи с реализацией договора лизинга.

В соответствии с договором лизинга арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное арендатором (лизингополучателем) имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю за плату данное имущество во временное владение и пользование. По договору финансовой аренды (лизинга) арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца и предоставить арендатору данное имущество (предмет лизинга) во временное владение и пользование для предпринимательской деятельности. Арендодатель в этом случае не несет ответственности за выбор предмета лизинга и продавца. Он самостоятельно приобретает имущество для арендатора и уведомляет продавца, что оно предназначено для передачи определенному лицу. После этого продавец непосредственно передает имущество арендатору в месте его нахождения. Если имущество, которое является предметом договора финансовой аренды, не передано арендатору в указанный в этом договоре срок, а при его отсутствии – в разумный срок, то арендатор имеет право на расторжение договора и возмещение убытков (если просрочка допущена по вине арендодателя). Арендатор вправе предъявить продавцу имущества требования в отношении его качества и комплектности, сроков поставки и в других случаях ненадлежащего исполнения договора продавцом. Статья 670 ГК РФ предоставляет в данном случае односторонние преимущества арендодателю, поскольку арендатор не может расторгнуть договор купли-продажи с продавцом без согласия арендодателя. В лизинговых операциях могут участвовать три и более юридических лица: лизингодатель, лизингополучатель, поставщик (изготовитель) предмета лизинга и др[3].

Успешное функционирование любого хозяйствующего субъекта в современных условиях развития национальной и мировой экономики в значительной степени связано с его инвестиционной деятельностью, осуществляемой в форме капитальных вложений. Одной из актуальных проблем осуществления капитальных вложений предприятием является проблема организации их финансового обеспечения, от которого зависит не только финансовая состоятельность конкретных инвестиционных проектов, но и эффективность использования авансированного капитала, финансовая устойчивость, уровень финансовых рисков и результативность деятельности предприятия.

Организация эффективного процесса финансового обеспечения капитальных вложений играет важную роль в достижении высокой результативности инвестиционной деятельности и устойчивого развития предприятия любой отрасли.

Использование лизинга как особого инвестиционного инструмента существенно упрощает процесс осуществления капиталовложений и получения соответствующих доходов, что особенно важно для развития малого и среднего предпринимательства в современной России[2].

В Законе РФ №164 от 29 октября 1998 г. дается следующее определение того, что такое лизинг: «Лизинг – это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим или юридическим

лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем».

В зарубежной финансовой литературе можно встретить различные трактовки данного понятия. Так, Р. Брейли и С. Майерс дают следующее определение этого термина: «Соглашение об аренде длительностью год или более, предусматривающее серии фиксированных выплат, называется лизингом».

Эти авторы полагают, что финансовым лизингом следует считать аренду, удовлетворяющую следующим признакам:

- право собственности по лизинговому соглашению передается арендатору до окончания срока лизинга;
- арендатор вправе приобрести имущество по договорной цене по окончании срока лизинга;
- срок аренды составляет не менее 75% срока предполагаемой экономической жизни предмета лизинга;
- приведенная стоимость лизинговых платежей составляет не менее 90% стоимости имущества.

Таким образом, по экономической природе лизинг выражает систему экономических отношений между партнерами (участниками лизинговой сделки), связанную с передачей имущества во временное пользование на основе его приобретения и последующей сдачи в долгосрочную аренду на условиях платности и возвратности[5].

Лизинговая деятельность – вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества с последующей передачей его в лизинг.

Лизинговая сделка – это совокупность договоров, необходимых для реализации договора лизинга между лизингодателем, лизингополучателем и продавцом (поставщиком) предмета лизинга. К обязательным договорам относят договор купли-продажи имущества. К сопутствующим договорам – договоры о привлечении денежных средств, договоры залога, поручительства, страхования предмета лизинга и пр.

Услуги, предоставляемые лизинговыми компаниями лизингополучателям, платные, поэтому они обязаны своевременно выплачивать лизингодателям предусмотренные договором лизинга арендные платежи.

Лизинг обладает существенными преимуществами перед другими формами инвестирования в основной капитал предприятий:

- частично устраняет риск потерь, связанных с моральным износом оборудования;
- снижает налогооблагаемую прибыль лизингополучателя, так как затраты по лизингу относят на издержки производства (себестоимость продукции);
- избавляет предприятие от непроизводительных затрат по содержанию оборудования, временно простаивающего вследствие сезонности и цикличности производства;
- предотвращает иные формальности, неминуемые при получении кредита в банке, что очень важно для малых и средних предприятий, не обладающих достаточной кредитоспособностью;
- дает возможность составить гибкий график лизинговых платежей в соответствии с операционным циклом и потоком денежной наличности у лизингополучателя.

Это означает, что лизинговая компания при расчете лизинговых платежей должна учитывать финансовое состояние своего партнера.

Дальнейшему развитию лизингового бизнеса в России препятствуют следующие факторы:

- недостаточность финансового потенциала лизинговых компаний, их чрезмерная зависимость от кредитов коммерческих банков;
- высокая цена кредитных ресурсов, что повышает стоимость лизинговой сделки;
- большой уровень рисков, связанных с лизинговой деятельностью, в частности риска невыплаты лизинговых платежей;

– неотработанность правовых норм возврата лизингового имущества в случае нарушения арендатором условий договора лизинга и др.

Данный метод финансирования капитальных вложений не лишен ряда недостатков и проблем:

- остается риск недополучения платежей;
- существует нестабильность налогового законодательства в части исчисления налогооблагаемой базы;
- завышение лизинговых платежей может привести к росту цены продукции, произведенной на арендуемом оборудовании и утрате ее конкурентоспособности[4].

Перспективы лизинга как метода финансирования капитальных вложений зависят от инвестиционной политики государства, социально-экономических условий, собственно лизингового законодательства, правильной организации лизинговых сделок.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 26.01.1996 N 14-ФЗ – Часть 2
2. Бочаров В.В. Методы финансирования инвестиционной деятельности предприятий. – М.: Финансы и статистика, 2008.
3. Бочаров В.В. Корпоративные финансы. – СПб.: Питер. 2008.
4. Васильев Н.М. Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства / Н.М. Васильев, С.Н. Катырин, Л.Н. Лепе. – М.: ООО Издательско-консалтинговая компания «ДеКА», 2009.
5. Войко Д. В. Лизинг как форма финансирования инвестиционной деятельности организаций // Аудиторские ведомости. – 2008.

*Постников В.П.  
аспирант каф. экономики и управления на предприятии  
Пермский национальный исследовательский политехнический университет  
(г. Пермь)*

### **Моделирование оптимального тарифа общественного пассажирского транспорта в крупных городах**

Транспорт – одна из важнейших составляющих инфраструктуры современной экономики. Развитие транспорта является неперенным условием для функционирования экономики и жизни населения [1, с. 118]. Одной из ключевых проблем развития общественного транспорта является проблема его финансирования.

Существуют различные схемы финансирования общественного пассажирского транспорта:

- коммерческое финансирование (за счет оплаты проезда);
- бюджетное финансирование (за счет дотаций бюджета);
- смешанное финансирование (как за счет оплаты проезда, так и за счет дотаций бюджета).

Определяющее различие между этими схемами заключается в соотношении доли бюджетного финансирования и доли их собственных доходов от сбора платы за проезд [2, с. 14]. Выбор конкретного метода зависит от стратегии развития общественного транспорта. В России доминирует смешанный тип финансирования городского общественного пассажирского транспорта, но доля бюджетного субсидирования меняется в зависимости от города.

Эффективным способом оптимизации финансирования общественного пассажирского транспорта является регулирование тарифа на перевозку.

Многие ученые пытались решить проблему моделирования оптимального тарифа. Семчугова Е.Ю., Володькин П.П., Загорский И.О. анализировали нормативные методы формирования тарифа с точки зрения операторов. Кац А., Коссой Ю.М. рассматривал рыночный метод формирования тарифа с точки зрения пассажиров. Никитина А.Н., Миронюк В.П. предлагали рассчитывать верхнюю и нижнюю границы тарифа с точки зрения операторов и пассажиров. Но позиции власти, операторов и пассажиров в моделировании тарифа еще не определены.

Целью данной статьи является моделирование оптимального тарифа с учетом интересов пассажиров, операторов и власти. Объект исследования – тарифы и финансирование общественного пассажирского транспорта. Проблема исследования – экономико-математическое моделирование тарифов и подходы к финансированию общественного транспорта.

На формирование тарифа оказывают влияние три заинтересованных стороны: органы власти, пассажиры, перевозчики (рис. 1). Органы власти стремятся максимизировать эффективность бюджетных расходов через минимизацию объема бюджетных субсидий при качественном выполнении перевозчиком своих функций. Пассажиры стремятся минимизировать затрат на проезд при качественном выполнении перевозчиком своих функций. Перевозчики максимизируют свою прибыль при выполнении обязательств по контракту.

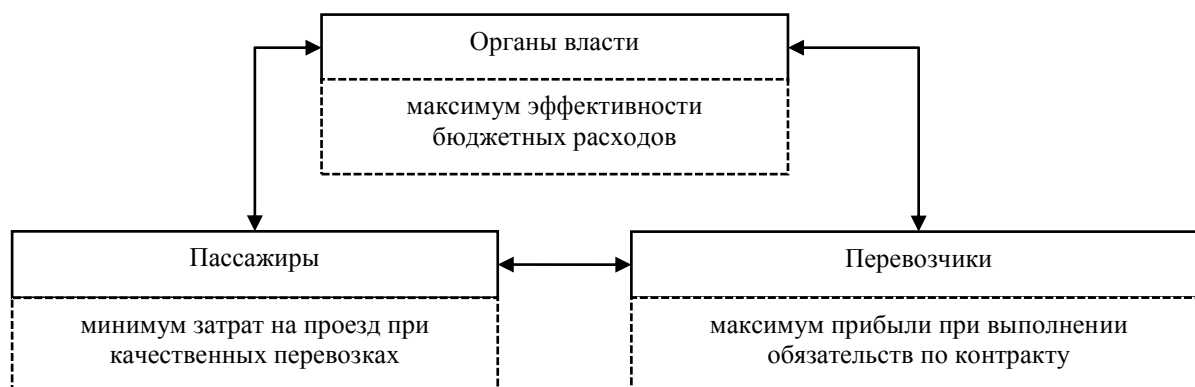


Рисунок 1 – Цели участников системы общественного пассажирского транспорта

Поэтому, под оптимальным тарифом будем считать тариф, который в максимальной степени удовлетворяет интересы всех сторон: органов власти, пассажиров и перевозчиков – минимизирует величину бюджетных субсидий и затрат пассажиров, обеспечивая перевозчиков необходимым уровнем рентабельности их деятельности.

Расчет оптимального тарифа предлагаем осуществлять с помощью экономико-математического моделирования при учете интересов всех сторон системы общественного пассажирского транспорта.

Сформулируем математически задачу определения оптимального тарифа на проезд на общественном пассажирском транспорте. Методика моделирования и решения оптимизационных задач представлена в работе [3].

Представим модель расчета тарифа (1) – (3) с целью минимизации бюджетных субсидий и затрат пассажиров при ограничении на рентабельность деятельности перевозчиков.

$$z = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m w_{ij} + \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m tx_{ij} \rightarrow \min, \quad (1)$$



$$\frac{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m (tx_{ij} - c_{ij}y_{ij})}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m c_{ij}y_{ij}} \cdot 100\% \geq 0, \quad (2)$$

$$\frac{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m (tx_{ij} - c_{ij}y_{ij}) + \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m w_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m c_{ij}y_{ij}} \cdot 100\% \leq R. \quad (3)$$

где,  $i$  – номер маршрута;

$m$  – количество маршрутов;

$j$  – вид общественного пассажирского транспорта;

$n$  – количество видов общественного пассажирского транспорта, используемых в городе;

$w_{ij}$  – величина убытков по  $i$ -ому маршруту  $j$ -ым видом общественного пассажирского транспорта за год, руб.;

$t$  – тариф на перевозку пассажиров, руб.;

$x_{ij}$  – общее число перевезенных пассажиров по  $i$ -му маршруту  $j$ -ым видом общественного пассажирского транспорта за год, чел.;

$c_{ij}$  – себестоимость авточаса работы на  $i$ -ом маршруте  $j$ -го вида общественного пассажирского транспорта, руб.;

$y_{ij}$  – объем транспортной работы на  $i$ -ом маршруте  $j$ -ого вида общественного пассажирского транспорта за год, час;

$r$  – нормативный уровень рентабельности, руб./руб.

В модели: (1) – целевая функция минимизации бюджетных субсидий власти и расходов пассажиров на проезд; (2) – ограничение на размер рыночной рентабельности перевозчиков, которая должна быть больше 0; (3) – ограничение на рентабельность перевозчиков при учете бюджетных субсидий на покрытие убытков, как дополнительного дохода, не должна превышать предельной величины.

Подставляя данные функционирования городского пассажирского транспорта г. Перми в модель (1) – (3) определим оптимальную величину тарифа на перевозку [3]. В результате расчета, получим, что минимальное значение затрат пассажиров и бюджетных субсидий органов власти составит 901 млн. руб. Данное значение достигается при тарифе 15,0 руб.

Представим показатели финансирования городского пассажирского транспорта до и после расчетов оптимизации тарифа на проезд (табл. 1).

Таблица 1 – Оптимизация тарифа на перевозку

Показатели	Текущие значения на 2013 г.	Моделирование оптимального тарифа
Величина тарифа на проезд, руб.	13,0	15,0
Стоимость проездного билета, руб.	660	763
Величина бюджетных субсидий, млн. руб.	1 349	901
Величина затрат пассажиров, млн. руб.	3 710	4 291
Финансовый результат перевозчиков без учета бюджетных субсидий, млн. руб.	-617	0
Финансовый результат перевозчиков с учета бюджетных субсидий, млн. руб.	500	633
Уровень рентабельности, %	11,0	13,9

Как следует из таблицы, оптимальным тарифом на проезд в городе Перми при целевой функции минимального значения затрат пассажиров и бюджетных субсидий органов власти и ограничении роста прибыльности перевозчиков является величина 15,0 руб. При этом величина тарифа увеличится на 2 руб., что приведет к снижению бюджетных субсидий на 448 млн. руб., росту финансового результата деятельности перевозчиков на 617 млн. руб., увеличению совокупных затрат пассажиров на проезд на 582 млн. руб.

В отчете об устойчивости получаем множитель Лагранжа равный 25,2, что указывает на возможность снижения совокупных затрат на 25,2 млн. руб. при уменьшении рентабельности перевозчиков на 1%.

Таким образом, результаты проведенного исследования показывают, что при формировании оптимального тарифа на перевозку можно учесть интересы всех сторон, используя оптимальную модель. На основе полученных результатов для города Перми необходимо увеличивать величину тарифа и стоимость проездных билетов. Это позволит снизить величину бюджетных субсидий и увеличить рентабельность перевозок пассажиров.

Результаты исследования могут быть использованы органами власти при планировании бюджетных субсидий и при совершенствовании тарифной политики в сфере общественного пассажирского транспорта.

#### **Список использованных источников**

1. Левда Н.М., Постников В.П. Модели прогнозирования транспортной подвижности населения Пермского края // Вестник РГУПС. – №3, 2013. – С.118-124.
2. Якимов М.Р., Постников В.П. Правовые и финансовые основы функционирования городского пассажирского транспорта общего пользования в крупных городах // Авто-транспортное предприятие. 2014. № 2. С. 13-16.
3. Левда Н.М., Постников В.П. Экономические задачи линейного программирования и их решение с использованием Microsoft Excel: учеб.-метод. пособие. Пермь: Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012.

*Рослик В.С.  
студентка 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Онищенко О.В., ассистент каф. учета и аудита  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Анализ дебиторской задолженности**

В современных рыночных условиях деятельность предприятия зависит от платежеспособности самого предприятия. В условиях особенно важной является дебиторская задолженность, а именно ее своевременное возвращение. Наибольший объем дебиторской задолженности приходится на задолженность покупателей за продукцию, а также дебиторская задолженность возникает при перечислении денежных средств в виде аванса или предоплаты поставщикам или по другим операциям.

Следовательно, дебиторская задолженность – это суммы предприятия за проданные товары в кредит. Она бывает текущей и долгосрочной.

Дебиторская задолженность отображается в форме № 1 «Баланс» в составе актива. Баланс представляется источником анализа дебиторской задолженности.

Бывают случаи, когда дебиторская задолженность на предприятии растет, это в будущем может привести к банкротству. Это возможно в случаях: не платежеспособности покупателей, увеличения объема продажи, и тому подобное. При этом большинство предприятий сталкиваются с достаточно типичными проблемами: нет достоверной информации о сроках погашения задолженности компаниями-дебиторами; не регламентированная работа с просроченной дебиторской задолженностью; отсутствующие данные о росте рас-

ходов, связанных с увеличением размера дебиторской задолженности времени ее оборотности; не проводится оценка кредитоспособности покупателей и эффективности коммерческого кредитования; функции сбора денежных средств, анализа дебиторской задолженности и принятия решения, о предоставлении кредиту распределены между разными подразделениями; недостаточный профессионализм финансовых менеджеров [1, с. 165].

Основные виды анализа дебиторской задолженности: горизонтальный, анализ трендов, анализ финансовых коэффициентов, вертикальный.

Как было выше отмечено, что дебиторская задолженность за товары, работу имеет наибольший удельный вес, потому этот вид анализируется отдельно. С этой целью составляют аналитические таблицы.

Лучше всего управлять дебиторской задолженностью поэтапно.



Рисунок 1 – Этапы управления дебиторской задолженностью

Теперь рассмотрим выше приведенные этапы управления дебиторской задолженностью [4, с. 168].

Первым этапом является анализ дебиторской задолженности в прошлом периоде. На этом этапе нужно провести комплексный анализ кредиторской и дебиторской задолженности. Основными параметрами, которые характеризуют состояние дебиторской задолженности, являются ее среднегодовой размер, средний срок погашения и часть, в структуре дохода от операционной деятельности. Следует проанализировать количественный и качественный состав задолженностей, коэффициенты оборотности, соотношения задолженностей, по суммам и срокам оплаты, их влияние, на финансовые результаты предприятия.

Важным инструментом в процессе управления дебиторской задолженности является предоставление скидок клиентам. Они предоставляются в таких случаях:

- покупка больших объемов продукции;
- осуществление предоплаты за продукцию.

Вторым этапом формирование принципов кредитной политики по отношению к покупателям. Предприятие должно сделать сбалансированную кредитную политику относи-

тельно своих покупателей. Существует три типа кредитной политики предприятия: консервативный, умеренный, агрессивный.

Консервативный (или жесткий) тип кредитной политики предприятия направлен на минимизацию кредитного риска [4, с. 168].

Умеренный тип кредитной политики характеризует типичные условия ее осуществления в соответствии с принятой коммерческой и финансовой практикой и ориентируется на средний уровень кредитного риска во время продажи продукции с отсрочкой платежа.

Агрессивный (или мягкий) тип кредитной политики предприятия имеет целью увеличение дополнительного дохода за счет расширения объема реализации продукции в кредит, не ввиду высокого уровня кредитного риска, который сопровождает эти операции.

На третьем этапе формируются соответствующие параметры, согласно избранному типу кредитной политики: уровень кредитного лимита как предельный предел уровня дебиторской задолженности; лимит срока инкассации дебиторской задолженности; шкала нормативной рентабельности для формирования договорной цены за товары и услуги; шкала скидок для расчетов с заказчиками на условиях предыдущей оплаты и в случае сокращения срока инкассации дебиторской задолженности.

Лимиты ограничивают объемы и сроки кредитования, то есть опосредствовано характеризуют уровень риска потери предприятием ликвидности, который отвечает избранному типу кредитной политики. Шкалы определяют уровень прибыльности, которая достигается в процессе реализации политики.

Четвертый этап – формирование стандартов оценки покупателей и дифференциация условий предоставления кредиту. Этот процесс базируется на изучении кредитоспособности покупателей. Формирование системы стандартов оценки покупателей включает следующие элементы: определение системы характеристик, которые оценивают кредитоспособность отдельных групп покупателей, формирования экспертизы информационной базы проведения оценки кредитоспособности покупателей, выбор методов оценки отдельных характеристик кредитоспособностей покупателей, группирования покупателей, за уровнем кредитоспособности, дифференциация кредитных условий в соответствии с уровнем кредитоспособности.

Наиболее гибким инструментом влияния на скорость возвращения средств в оборот предприятия является предоставление скидок за быструю оплату продукции. Немедленное погашение дебиторской задолженности сократит сумму задолженности дебиторов.

Пятый этап – формирование процедуры инкассации текущей дебиторской задолженности. В составе этой процедуры должны быть предусмотренные сроки и формы предыдущего и следующего напоминаний покупателям о дате платежей.

Могут использовать разные методы, которые разделяются на такие группы: экономические, психологические, физические, юридические, телефонный звонок в бухгалтерию покупателя, чтобы напомнить о сумме и периоде погашения задолженности и другие.

Шестой этап – обеспечение использования на предприятии современных форм рефинансирования дебиторской задолженности, которые убыстряют ее перевод в денежную форму оборотных активов. При этом могут применяться разные формы рефинансирования.

Седьмой этап – построение эффективной системы контроля за движением и своевременной инкассацией дебиторской задолженности – необходимый для того, чтобы обеспечить поступление информации не только о том, которое состоялось, но и об отклонениях, которые могут быть. Это нужно для того, чтобы регуляция могла осуществляться в превентивном порядке. Наибольшее значение приобретает осуществление контроля, который позволяет выяснить насколько эффективно и своевременно происходит погашение дебиторской задолженности, насколько предложенная отсрочка платежа отвечает требованиям рынка.

Поэтапное управление дебиторской задолженности призвано решить проблемы управлением финансового состояния предприятия.

### **Список использованных источников**

1. Кузнецова С.А. Облік та аналіз дебіторської заборгованості в умовах антикризового регулювання стану підприємств : монографія / С. А. Кузнецова. – Тернопіль : Тернопільська академія народного господарства, 2004. – 256 с.
2. Новікова Н.М. Структурно-логічна модель управління дебіторською заборгованістю підприємства / Н. М. Новікова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. – С. 75-82
3. Остапенко Н.В., Небильцова В.М. Основні принципи ефективного управління дебіторської заборгованості підприємства / Н.В. Остапенко, В.М. Небильцова// Проблеми інноваційного розвитку економіки України: – С. 166-172.
4. Сичова М.Б Деякі аспекти управління дебіторської заборгованості / М. Б. Сичова// Вісник Запорізького національного університету . – 2011. – № 1. С. 164-169.

*Савицкая В.К.*

*студентка 4 курса факультета экономики и управления*

*Научный руководитель: Крот Л.Н., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансов и кредита*

*Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

### **Государственная поддержка как фактор обеспечения конкурентоспособного аграрного производства: зарубежный опыт и отечественные реалии**

Аграрный сектор Украины с его базовой составляющей, сельским хозяйством, является системообразующим в национальной экономике, формирует основы сохранения суверенности государства – продовольственную и в определенных пределах экономическую, экологическую и энергетическую безопасность, обеспечивает развитие технологически связанных отраслей национальной экономики и формирует социально-экономические основы развития сельских территорий.

Включение Украины в международные интеграционные процессы, развитие интеграции на европейском уровне являются современными признаками прогрессивных изменений в сельском хозяйстве, открывают новые возможности для его возрождения, создают дополнительные сравнительные преимущества на агропродовольственном рынке в условиях глобализации экономики. Серьезным шагом с позиции углубления торговых отношений между Украиной и ЕС должно стать соглашение о зоне свободной торговли, которая будет способствовать приближению отечественного аграрного сектора экономики к европейским стандартам, адаптации его к Общей сельскохозяйственной политике ЕС и расширению присутствия на украинском агропродовольственном рынке новых стран – членов ЕС.

Для успешного решения задач евроинтеграции аграрный сектор Украины имеет достаточно предпосылок: богатый природно-ресурсный и экспортный потенциал, весомый человеческий капитал, постепенно возрастающую инвестиционную привлекательность, сохранен уклад сельской жизни и многовековые традиции ведения сельского хозяйства.

Развитие сельскохозяйственного производства в условиях присоединения Украины к ВТО и активизации глобализационных процессов невозможны без улучшения его финансирования. В нынешних условиях большое значение имеет осуществление государственной поддержки аграрного сектора экономики, поскольку этот сектор обеспечивает продовольственную и политическую безопасность страны.

Вопросам государственной поддержки аграрного сектора экономики посвящены работы ведущих учёных экономистов-аграрников, среди которых: П.И. Гайдуцкий, В.П. Галушко, С.М. Кваша, И.Г. Кириленко, В.Я. Месель-Веселяк, О.М. Могильный, П.Т. Саблук, О.М. Шпичак.

Современная конкурентная политика ЕС находит свое отражение в мероприятиях по финансовой поддержке сельскохозяйственных товаропроизводителей. Рассмотрим направления финансирования сельского хозяйства в ведущих странах мира. В странах ЕС из 100 млрд евро Евробюджет Союза выделяет сельскому хозяйству 70 млрд евро. Кроме этого, каждая страна субсидирует отрасль дополнительно. В странах ЕС объем поддержки товаропроизводителей в сельском хозяйстве составляет не менее 33% от стоимости продукции, в Канаде – не менее 21%, в США – 18%. Существенная помощь фермерам предусмотрена бюджетом ЕС: на строительство капитальных животноводческих помещений – 10% от их сметной стоимости; на строительство дорог с твердым покрытием – 25%–50%; на пересев трав и создание пастбищ 20 и 50% соответственно; на приобретение новой техники и оборудования – 20–25%. Отметим, что все страны Запада осуществляют финансовую поддержку сельского хозяйства. Субсидии в Норвегии, Финляндии, Швеции составляют почти 70% общего фермерского дохода [5].

Также от 97,2 до 98,5% бюджетных средств Министерства сельского хозяйства США направляются на прямую поддержку собственных фермеров. За счёт бюджета осуществляется страхование, обеспечиваются льготные условия для экспортёров, реализовываются программы по продовольственному питанию, маркетингу, контролю за качеством продукции и т.д. [4].

Таким образом, среди инструментов поддержки наиболее распространёнными являются компенсация процентных ставок за пользование кредитами, налоговые льготы, бюджетное финансирование, дотации, государственные гарантии. В современных условиях государственная поддержка осуществляется преимущественно через бюджетное финансирование за счёт внутренних заимствований. Особенностью государственной поддержки аграрной отрасли стало внедрение в практику хозяйствования таких рычагов влияния, как финансовый налог и прямая бюджетная поддержка сельскохозяйственных производителей разной формы собственности.

Договор об ассоциации и зоне свободной торговли предоставляет значительные преимущества для отдельных сфер экономики Украины, однако и содержит угрозы, которые должны быть локализованы на этапе переговоров.

Во-первых, в результате беспопытного доступа для украинских сельскохозяйственных товаров в рамках тарифных квот вырастут объёмы традиционного экспорта сельскохозяйственных товаров в ЕС.

Евросоюз отказывается от использования экспортных субсидий на сельскохозяйственные товары при экспорте в Украину и закрепляет право за Украиной на использование защитных мер и дополнительных условий торговли, как применение системы входных цен. Это усилит конкурентные позиции отечественных производителей мяса и мясных продуктов на внутреннем рынке.

Во-вторых, устанавливается 7-10-летний переходный период и компенсационный пакет по использованию географических указаний. Введение в Украине единого унифицированного режима предварительного контроля государственной помощи, действующего на общем рынке стран-членов ЕС, позволит избежать применения к отечественным товарам на внутреннем рынке ЕС защитных мер, предусмотренных Соглашением ВТО о субсидиях и компенсационных мерах [3, с. 232-233].

Отдельные отрасли сельского хозяйства Украины на данный момент не в состоянии конкурировать с аналогичными секторами ЕС, как по структурным показателям, так и по материальному обеспечению, например, молочная отрасль, а также производство фруктов и овощей. Нужна специальная программа поддержки отрасли в рамках программ ВТО.

В табл. 1 приведено распределение расходов на государственную поддержку развития аграрного производства в 2012-2013 гг., и отражено распределение кредитов, которые предоставляются из государственного бюджета на различные нужды сельского хозяйства [1, 2].

Таблица 1 – Государственная финансовая поддержка сельскохозяйственного производства в Украине, млн. грн.

Наименование согласно ведомственной и программной классификации расходов на кредитование государственного бюджета	Всего из общего и специального фондов		Темпы роста, %, 2013 г.к 2012 г.
	2012	2013	
Финансовая поддержка мероприятий в агропромышленном комплексе			
Меры по борьбе с вредителями и болезням с.-х. растений, предотвращение распространения возбудителей инфекционных болезней животных	34,0	25,5	-25,0
Государственная поддержка развития хмелеводства, закладка молодых садов, виноградников и ягодников, надзор за ними	1075,0	100,0	-90,7
Финансовая поддержка Украинской лаборатории качества и безопасности продукции АПК	–	9,2	
Создание Государственного земельного банка	120,0	–	0,0
Финансовая поддержка создания оптовых рынков с.-х. продукции	200,0	–	0,0
Государственная поддержка животноводства	732,0	650,0	-11,2
Проведение земельной реформы	96,43	221,78	+130,0
Выдача государственных актов на право частной собственности на землю в сельской местности	233,37	54,06	-76,8
Кредитование			
Предоставление кредитов фермерским хозяйствам	27,8	27,9	+0,36
Финансовая поддержка мероприятий в АПК на условиях финансового лизинга	30,02	8,84	-70,6

Приведённые данные свидетельствуют о том, что даже при условии реализации принятых в Украине программ действенность государственной поддержки сельскохозяйственного производства значительно уступает уровню ведущих стран. Финансирование отрасли крайне неудовлетворительное и это вызвано распылением государственных средств по различным программам и мероприятиям, необеспеченностью на рынке одинаковыми экономическими условиями, несовершенством механизмов поддержки, нерациональностью использования бюджетных средств, отсутствием долгосрочной стратегии выбора приоритетов рынка, непоступлением средств к непосредственному производителю.

Таким образом, для эффективного развития сельскохозяйственного производства в Украине и повышения его конкурентоспособности прежде всего необходимо упорядочить процесс государственного финансирования сельского хозяйства, обеспечить его значительный рост и эффективность использования, которая отвечает как принципам рыночной экономики, так и подходам к государственному стимулированию сельскохозяйственного производства в других странах. Упорядочения требует также и механизм прямой государственной поддержки сельского хозяйства.

#### Список использованных источников

1. Закон Украины «О государственном бюджете Украины на 2012 год» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4282-17>.
2. Закон Украины «О государственном бюджете Украины на 2013 год» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5515-17>.
3. Совместная аграрная политика Европейского Союза: возможности и вызовы для Украины. Аналитический доклад. – Национальный институт стратегических исследований, 2011. – 728 с.
4. Budget Summary and annual performance plan. U.S. Department of agriculture – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.obpa.usda.gov/budsum/Fvbudsum>
5. European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/agriculture>.

*Хайруллин Д.А.*  
*студент 6 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Чепурных М.Е., канд. экон. наук, доцент,*  
*зав. каф. экономической теории и мировой экономики*  
*Западно-Уральский институт экономики и права*  
*(г. Пермь)*

## **Венчурное финансирование в России: проблемы и перспективы**

Основная проблема компаний, внедряющих новые технологии, – отсутствие уверенности в том, что их инновации увенчаются успехом. Имея высокие риски при разработке нового продукта таким компаниям крайне сложно получить банковские кредиты, в связи с тем, что ряд банков предоставляют кредиты с условием залога и на недлительный срок. Также возникают трудности из-за того, что потенциальные инвесторы не имеют полной информации о проектах, запланированных новаторами. В данной, казалось бы, безвыходной ситуации, такие компании всё же могут получить средства при помощи венчурного финансирования.

Английское слово «venture» в переводе означает рискованное начинание, авантюра. Однако объектом венчурного инвестирования могут быть как действительно новые компании, разрабатывающие новшества, так и уже давно существующие предприятия. Все инвестиции осуществляются с участием частного капитала. Деятельность таких компаний связана с наукоемкими продуктами и высокотехнологичными процессами. Таким образом, компании, инвестирующие проекты, рассчитывают на долгосрочную прибыль в дальнейшем, а компании, реализующие бизнес – идеи, приобретают необходимые средства в настоящее время.

В настоящее время лидерами в венчурном финансировании считаются США, Израиль, Китай и страны Европы. Анализируя последствия экономических кризисов 1998 года и 2008 года можно проследить прямо пропорциональную зависимость между развитием венчурного финансирования от общего состояния мировой экономики в целом. Причинами этого является то, что при данном виде инвестиций используется частный капитал. В условиях нестабильной экономики в период кризисов инвестор испытывает наибольший риск при вложении своих инвестиций.

Интересным фактом является то, что в настоящее время Китай стоит в ряду лидеров по венчурному финансированию, хотя ещё до 2003 года он не привлекал частные инвестиции. В «тройку лидеров» Китай вывело быстро развивающееся производство, высокие технологии и инновации.

В развитых и новых индустриальных странах инвестиции в инновационную деятельность при внедрении бизнес-идей привлекают благодаря использованию средств специальных организаций, называемых венчурными фондами. Благодаря этим фондам на первоначальном этапе была инвестирована инновационная деятельность таких мировых компаний, как, Microsoft, Intel, Apple.

Рассмотрим проблему венчурного финансирования информационных и наукоёмких технологий в России, основанных на развитии интеллектуальных ресурсов.

Изменения в Российской экономической политике заключаются в переходе России от социализма к рыночной экономике, к модернизации и техническому переоснащению предприятий. Это возможно посредством расширения участия в инновационных программах институтов финансирования и активизации деятельности частных инвесторов. Государство стремится модернизировать национальную экономику, что приводит к поиску дополнительных инвестиций для финансирования инноваций. Накопленные знания и опыт, привлечённые инвестиции способствуют появлению и развитию нововведений, соответствующих современным потребностям бизнеса.

Рассматривая структуру венчурного финансирования можно выделить такой её элемент, как венчурный капитал. Венчурный капитал – это рискованный капитал, источник фи-



нансирования инновационной деятельности на этапе внедрения новшеств, организации выпуска новых товаров (предоставления новых услуг)[2]. При этом финансирование может осуществляться путём покупки как обыкновенных, так и привилегированных акций, либо долговых обязательств. Производя достаточно рискованное инвестирование, капиталисты надеются получить соответствующую прибыль в различных её видах.

Выделяются следующие этапы венчурного финансирования:

- Предстартовое финансирование – относится к стадии финансирования при появлении предприятия;
- Стартовое финансирование – финансирование, обеспечивающее начальные этапы производственной и инновационной деятельности компании;
- Финансирование начальной стадии – это инвестирование в перспективные предприятия;
- Финансирование более поздней стадии – это инвестирование в уже действующие предприятия, которые при наличии денежных средств, способны расширить своё производство благодаря новой производственной линии и т.д.
- Разовое инвестирование определенной операции. Средства, в данном случае, выделяются на недлительный срок.

В Российской Федерации венчурное финансирование используется сравнительно недавно. Первые венчурные фонды были образованы по инициативе Европейского Банка Реконструкции и Развития (ЕБРР) в 1994 году. В 1997 году управляющие компании 10 из 11 существовавших на тот момент в России фондов ЕБРР подписали учредительный договор российской ассоциации венчурного финансирования, деятельность которой направлена на становление и развитие в России рынка прямых и венчурных инвестиций и формирование необходимых условий для его развития[5]. Рассмотрим динамику общего объема привлеченных инвестиций в России с 2006 по 2011 годы (рис.1):

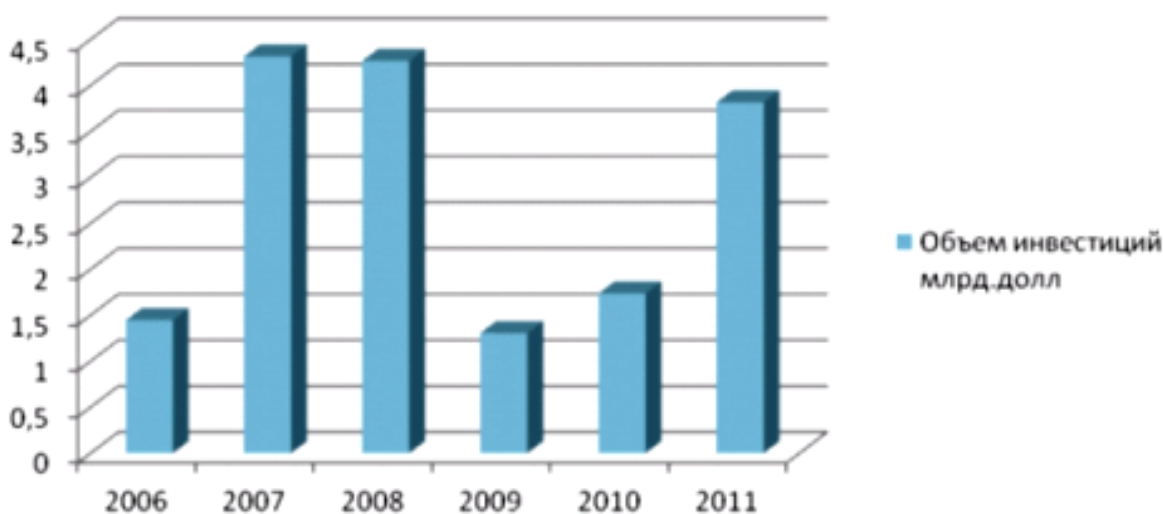


Рисунок 1 – Объем привлеченных средств в России с 2006 по 2011 гг.

Анализируя данные рисунка, полученные при помощи статистических исследований, следует отметить, что наиболее благоприятно венчурное финансирование использовалось в 2007, 2008 годах. В последующий 2009 год в период экономического кризиса объём привлечённых средств венчурного финансирования снизился на 69,3% относительно предыдущих годов. Далее в 2011 году объём инвестиций значительно возрос и составил 89,1% по отношению к 2008 году.

Согласно третьему обзору венчурного рынка России, подготовленному Центром технологий и инноваций РwС и ОАО «РВК», общий объём венчурных инвестиций на российском рынке за 2012 год, по оценкам, составил 910,6 млн долл. США, которые были получены в результате 201 сделки. Более 84% инвестиционных сделок в 2012 году было за-

ключено именно с ИТ-компаниями. Полученная статистика, в целом, отображает общую структуру предпочтений венчурных инвесторов, большинство из которых ориентируются исключительно на сектор информационных технологий [6].

Проводя сравнительную характеристику венчурного инвестирования США и России можно отметить ряд особенностей и отличий отечественного и зарубежного финансирования.

Венчурное финансирование в США возникло благодаря развитию компьютерных технологий и микроэлектроники. Также в США при помощи венчурного инвестирования финансируются различные отрасли деятельности, что приводит к равномерному развитию отраслей экономики.

Проводя анализ развития венчурного финансирования в России и зарубежных странах, следует, что без появления и развития инноваций и технологий, бизнес-идей и проектов невозможно развитие экономики в целом. В свою очередь появление этих инноваций невозможно без соответствующего финансирования со стороны инвесторов. В Российской практике венчурное финансирование находится на начальной стадии его развития. Однако уже существуют факторы, сдерживающие это развитие. Примером такового может служить нестабильность российской экономики, в результате чего компании не могут реализовать свой потенциал. Следует производить инвестирование во все отрасли, уменьшая дисбаланс, что в свою очередь приведёт к стимулированию развития инновационной деятельности в таких отраслях экономики, как бизнес товары, услуги, медицина и т.д.

#### **Список использованных источников**

1. Аверченков В.И. Инновационный менеджмент: учебное пособие для вузов / В.И. Аверченков, Е.Е. Ваинмаер. – изд. Флинта, 2011. – 293с.
2. Грязева А.Г. Финансово-кредитный энциклопедический словарь.- научное издание, 2007.
3. Шальнева М.С. Финансовая политика как фактор развития компании/ М.С. Шальнева // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2013. – №1. – С. 9-17.
4. И.Л. Юрзинова // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. – 2013. – №5.
5. Обзор венчурных сделок за 2012 год в России [Электронный ресурс]/ Официальный сайт РБК. – Режим доступа <http://www.rusventure.ru/ru/press-service/news/detail.php?ID=14145> (дата обращения 17.01.2014)

*Чабан Е.А*

*студент 5 курса факультета экономики и управления*

*Научный руководитель: Ховрак И.В., канд. экон. наук, доцент,*

*доцент каф. финансов и кредита*

*Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского*

*(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Особенности обеспечения прибыльности предприятия**

Достижение стабильности и эффективности функционирования предприятием зависит от комплексного анализа внутренних и внешних факторов. Одним из главных внутренних факторов является механизм обеспечения и управления прибылью, поскольку в современных условиях прибыль является основной и главной движущей силой развития предприятия, основным побудительным мотивом деятельности, а ее отсутствие – весомым доказательством регресса и социального напряжения [1, с. 139]. Эволюция взглядов на экономическую природу прибыли раскрыта в таблице 1. Обеспечение прибыльности поз-

воляет предприятию реализовать основные задачи его деятельности: стимулирование работников к эффективному труду, обеспечение прироста стоимости всего капитала, комплексная оценка работы предприятия, оценка эффективности использования ресурсов.

Таблица 1 – Основные подходы к толкованию понятия «прибыль»\*

Автор	Подход к толкованию категории «прибыль»
1	2
Т. Мен	превышение цены реализации над ценой приобретения
В. Петти	часть продукта, которая остается после отчисления заработной платы, то есть прибыль сводилась к ренте
А. Смит	доход промышленного капиталиста, который остался после уплаты ренты земельному собственнику и процента владельцу денежного капитала
Д. Рикардо	это составная часть стоимости, которая создается трудом
Ж. Б. Сей	награда предпринимателя за производительную услугу
Н. Сениор	награда предпринимателя за риск
С. Сисмонди	доход капиталиста, который представляет собой вычитание из продукта работы рабочего
К. Маркс	преобразованная форма добавочной стоимости, которая выступает не как результат эксплуатации рабочей силы, а как порождения всего авансового капитала
Дж. Г. Кейнс	равняется разнице между плановым объемом продукции, которая реализуется в оптовых ценах предприятия, и ее себестоимостью
Й. Шумпетер	это вознаграждение за предпринимательскую деятельность, т.е. стоимостное выражение того, что создает предприниматель
Ф. Найт	является вознаграждением предпринимателя за принятия решений в условиях неопределенности
Е. Чемберлен	монопольную прибыль считал дополнительную часть общей прибыли, источником которой является реализованная в цене монополия
П. Самуэльсон	как доход от факторов производства, вознаграждение за предпринимательскую деятельность и внедрение нововведений
А. Бабо	рассмотрение как разницу, отклонения и остаток

\* составлено на основе данных [1, с. 140; 2, с. 294]

В целом, современные ученые рассматривают прибыль как выручку от реализации продукции за вычетом затрат деятельности предприятия. На прибыльность деятельности предприятия воздействует большое количество внешних (не зависят от деятельности предприятия) и внутренних (оказывают существенное влияние на темпы роста прибыли и рентабельности) факторов [3, с. 142; 4, с. 41]. К основным внешним факторам относят: экономические условия и конъюнктура рынка, налоговая и кредитная политика, нормативно-правовая база и государственное регулирование, уровень инфляции, уровень, динамика и колебание платежеспособного спроса, уровень цен на необходимые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, а также природно-географические, транспортные и другие условия. Внутренними факторами являются: объем, ассортимент, качество и цена продукции, конкурентоспособность продукции, себестоимость производства, компетентность топ-менеджеров, уровень организации производства и труда, производительность труда, состояние и эффективность производственного и финансового планирования.

Следует отметить, что процесс обеспечения прибыльности предприятия должен быть основан на системе общих и специфических принципов (рис. 1). В результате прибыль должна выполнять такие функции: оценочную, стимулирующую, расчетную, распределительную и индикативную.



Рисунок 1 – Система принципов управления прибылью предприятия

Следует отметить, что основными факторами, с помощью которых возможен рост прибыли для современных предприятий, являются:

- постоянный поиск резервов и путей повышения прибыли;
- увеличение объема производства за счет более полного использования производственных мощностей предприятия,
- сокращение непроизводственных расходов и производственного брака,
- результативная логистика (оптимизация каналов распределения, стимулирование сбыта, соблюдение сроков заключенных договоров, повышение скорости движения оборотных средств, сокращение наличия всех видов запасов),
- внедрение современных технологий и постоянное улучшение качества выполняемых услуг и предоставляемой продукции (повышение уровня производительности труда, экономичное использование сырья, материалов, топлива, электроэнергии, оборудования),
- проведение эффективных рекламных компаний (способных поддержать репутацию товаров, сформировать доверие потребителей к ним, помочь в завоевании рынка),
- улучшение организация управления предприятием (усовершенствование организационной структуры, системы управления, повышение квалификации персонала, формирование фирменной культуры, укрепление престижа и имиджа предприятия, создание эффективных коммуникаций, обеспечение социально-психологический климат),
- внедрение элементов корпоративной социальной ответственности (экологические факторы, отношения с органами власти) и т.д.

В целом, сущность категории «прибыль» раскрывается через многосторонние аспекты, которые являются основой для формирования эффективной системы управления прибылью на предприятии. Также, прибыль как сложная и многогранная категория является положительным финансовым результатом деятельности субъектов хозяйствования, определяет эффективность функционирования предприятия, характеризует финансовое состояние и, несомненно, считается главной целью осуществления деятельности.

#### Список использованных источников

1. Дрофа А.А. Проблемные аспекты управления прибылью предприятия / А.А. Дрофа, О.В. Лютая // Бизнесинформ. – 2010. – № 12. – С. 139–142.
2. Висока О.Є. Економічна сутність прибутку та концепції його формування / О.Є. Висока // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – вип. 17. – С. – 293-300.
3. Лаврова О.В. Влияние факторов на формирование прибыли хозяйствующих субъектов Хабаровского края / О.В. Лаврова, Е.В. Черненко-Фролова // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». – 2013. – Том 4, № 4. – С. 141-146.
4. Зинченкова О.Ю. Проблемы управления прибылью предприятия в условиях рыночной экономики / О.Ю. Зинченкова // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 155. – С. 41-43.

*Чернова О.Н.*  
*студентка 3 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Мохина М.И.*  
*ст. преподаватель каф. финансов и кредита*  
*Пермский институт экономики и финансов*  
*(г. Пермь)*

### **Актуальные проблемы эффективного использования финансовых ресурсов предприятий**

Актуальность работы заключается в том, что эффективная деятельность предприятий и хозяйственных организаций, стабильные темпы их работы и конкурентоспособность в современных экономических условиях в значительной степени определяются эффективностью использования финансовых ресурсов организации. Происходящие в стране экономические перемены требуют адекватного изменения в области финансовых отношений не только на микроуровне, т. е. на уровне предприятий различных форм собственности, но и на макроуровне. Это касается финансовых отношений, охватывающих государственную бюджетную систему, внебюджетные фонды, фонды страхования и т.д.

В настоящее время активизируется роль финансов, усиливается значение финансовых показателей в оценке деятельности предприятий. Особую актуальность приобретает эффективное использование финансовых средств. Его можно определить, как умение предвидеть цели предприятия, результаты его деятельности и то, какие ресурсы необходимы для достижения определенных целей. Финансовое планирование охватывает важнейшие стороны финансово-хозяйственной деятельности предприятия, обеспечивает необходимый предварительный контроль за образованием и использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов, создает условия для укрепления финансового состояния предприятия.

Основной целью исследования является разработка рекомендаций по повышению эффективности использования финансовых ресурсов предприятия.

На основании поставленной цели были определены следующие задачи, а именно: раскрыть сущность финансовых ресурсов предприятия, определить особенности использования финансовых ресурсов предприятия; провести анализ эффективности использования финансовых ресурсов ООО «СуперСтрой-Пермь»; разработать предложение альтернативных методов по повышению эффективности использования финансовых ресурсов предприятия ООО «СуперСтрой-Пермь».

Финансовые ресурсы – это совокупность денежных средств предприятия, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по обеспечению расширенного воспроизводства.

Анализ финансового состояния начинается с общей оценки структуры средств хозяйствующего субъекта и источников их формирования, изменения ее на конец года в сравнении с началом по данным бухгалтерского баланса. В этой ситуации используются приемы структурно-динамического анализа.

После проведения структурно-динамического анализа были выявлены следующие негативные черты предприятия:

- таким образом, по результатам горизонтального анализа можно сделать вывод о том, что дебиторская задолженность увеличилась на 94,9% , что составило 11860 тыс.руб. Однако, при проведении вертикального анализа замечается уменьшение данной статьи баланса на 7%. Для предприятия это негативный фактор. Увеличение дебиторской задолженности свидетельствует о том что, эффективность работы менеджмента находится на недостаточно высоком уровне. Предприятие не может реализовать свои финансовые ресурсы в полном объеме и как следствие увеличивает свой финансовый цикл.

- таким образом, по результатам горизонтального анализа можно сделать вывод о том, что денежные средства и денежные эквиваленты увеличились в 171 раз, что составило 7548 тыс.руб. Однако, при проведении вертикального анализа, так же, замечается увеличение данной статьи баланса на 6,15%. Для предприятия это положительный показатель, но денежные средства должны находиться в оптимальной величине на расчетном счете общества. Если их будет слишком много, то может возникнуть риск недополучения прибыли, если слишком мало, то риск банкротства.

- таким образом, по результатам горизонтального анализа можно сделать вывод о том, что кредиторская задолженность увеличилась на 60,02% что составило 32566 тыс.руб. Однако, при проведении вертикального анализа замечается уменьшение данной статьи баланса на 3,87%. Увеличение кредиторской задолженности происходит из-за увеличения дебиторской задолженности. Предприятие не получает денежные обязательства в срок, что свидетельствует о не своевременном погашении кредиторской задолженности.

Дебиторская задолженность относится к высоколиквидным активам организаций, обладающим повышенным риском. Большой объем просроченной и безнадежной дебиторской задолженности существенно увеличивает затраты на обслуживание заемного капитала, повышает издержки организации, что влечет уменьшение фактической выручки, рентабельности и ликвидности оборотных средств, а значит и негативно сказывается на финансовой устойчивости, повышает риск финансовых потерь компании.

Увеличение доли дебиторской задолженности в структуре активов может быть вызвано: неосмотрительной кредитной политикой предприятия по отношению к покупателям, неразборчивым выбором партнёров; наступлением неплатёжеспособности и банкротства некоторых потребителей; слишком высокими темпами наращивания объёмов продаж; трудностями в реализации продукции.

Задачами управления дебиторской задолженностью являются: ограничение приемлемого уровня дебиторской задолженности; выбор условий продаж, обеспечивающих гарантированное поступление денежных средств; определение скидок или надбавок для различных групп покупателей с точки зрения соблюдения ими платежной дисциплины; ускорение востребования долга; уменьшение бюджетных долгов; оценка возможных издержек, связанных с дебиторской задолженностью, то есть упущенной выгоды от неиспользования средств, замороженных в дебиторской задолженности.

Таким образом, основной формой реализации политики управления дебиторской задолженностью является кредитная политика, которая представляет собой свод правил кредитования покупателей и последовательность этапов управления дебиторской задолженностью в рамках двух основных подходов.

Дополнительными инструментами управления дебиторской задолженности являются: спонтанное финансирование (система скидок покупателям за сокращение сроков расчёта); учёт векселей; факторинг.

Для нас больший интерес представляет факторинг, как способ уменьшения дебиторской задолженности, без использования системы скидок и потери выручки.

Договор финансирования под уступку денежного требования (факторинг) – по договору финансирования под уступку денежного требования одна сторона (финансовый агент) передает или обязуется передать другой стороне (клиенту) денежные средства в счет денежного требования клиента (кредитора) к третьему лицу (должнику), вытекающего из предоставления клиентом товаров, выполнения им работ или оказания услуг третьему лицу, а клиент уступает или обязуется уступить финансовому агенту это денежное требование[1].

Предприятие заинтересовал ОАО «ЮниКредит Банк» т.к. из предложенных альтернатив на рынке этот банк предлагает наименьшую факторинговую комиссию 10% [4].

Таблица 1 – Виды дебиторской задолженности ООО «СуперСтрой-Пермь» за 2012 год, тыс. руб.

Вид дебиторской задолженности	До 30 дней	От 30-60 дней	От 60-180 дней	От 180-360 дней	
Нормальная	7307,1				
Сомнительная		9742,8			
Просроченная			4871,4		
Безнадежная				2435,7	
Сумма					24357

Банк принимает на себя обязательства погасить сомнительную и просроченную задолженность, а безнадежную задолженность предприятие принимает решение передать в суд.

Таким образом, по результатам горизонтального анализа можно сделать вывод о том, что дебиторская задолженность уменьшилась на 72,32%, что составило 17615 тыс.руб. Однако при проведении вертикального анализа, так же замечается снижение на 44,37%.

Таким образом по результатам горизонтального анализа кредиторская задолженность снизилась на 20,29%, что составило 17615 тыс.руб. Однако при проведении вертикального анализа, так же замечается снижение на 0,94 %.

Снижение дебиторской и кредиторской задолженностей является положительным результатом внедрения факторинга. Далее рассчитаем показатели ликвидности и платежеспособности, что бы выявить изменения к 2013 году.

Снижение дебиторской и кредиторской задолженностей является положительным результатом внедрения факторинга. Далее рассчитаем показатели ликвидности и платежеспособности, что бы выявить изменения к 2013 году[3].

Таблица 2 – Прогнозные показатели ликвидности предприятия ООО «СуперСтрой-Пермь»

Показатель	Норма	2012 год	Прогнозный 2013 год	Отклонение 2012 к 2013 году
Ктл.	N=1,0-2,0	0,43	0,51	+0,08
Кбл.	N<1	0,40	0,47	+0,07
Кал.	N<0,2-0,3	0,13	0,38	+0,25

Проанализировав показатели ликвидности можно заметить положительную тенденцию увеличения данных показателей и приближения их к норме.

Коэффициент текущей ликвидности увеличился на 0,08, что составило 0,51, следовательно, риск связанный с тем, что предприятие не в состоянии стабильно оплачивать текущие счета сохраняется.

Коэффициент быстрой ликвидности в 2013 году составил 0,47, т.е. за счет дебиторской задолженности, в случае её выплаты, сможет погасить 47% кредиторской задолженности.

Коэффициент абсолютной ликвидности в 2013 году составил 0,38, при его значении в 2012 году 0,13. Это значит, что 38% краткосрочных обязательств предприятие может за счет денежных средств в 2013 году. Этот процент превышает необходимую норму 25% на 13%.

Таблица 3 – Прогнозная платежеспособность предприятия ООО «СуперСтрой-Пермь».

Показатель	2010 год	2011 год	2012 год.	Прогнозный 2013 год.
Платежеспособность	0,20	0,17	0,28	0,45

$$\text{Платежеспособность}_{2013} = \frac{27803 + 0,5 * 6742 + 0,3 * 2672}{69206 + 0,5 * 3502 + 0,3 * 390} = 0,45$$

С внедрением факторинга платежеспособность предприятия с 2012 года увеличилась на 0,17, что составило к 2013 году 45%, это означает, что 45% денежных обязательств, предприятие способно погасить с помощью денежных ресурсов.

При внедрении факторинга наблюдается снижение дебиторской и кредиторской задолженностей у предприятия. Это положительно сказалось на финансовом состоянии предприятия, о чем свидетельствует улучшение показателей ликвидности и платежеспособности.

Внедрение факторинга положительно сказалось на финансовом состоянии предприятия ООО «СуперСтрой-Пермь», но, также возможны и альтернативные пути формирования эффективного использования финансовых ресурсов предприятия.

#### **Список использованных источников**

##### ***Нормативно-правовые документы***

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред.от 28.06.2012) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.07.2013).

##### ***Монографическая литература***

2. Левачев П.А. Учебное пособие. Финансовый менеджмент и налогообложение организации. Саранск: Мордовский гуманитарный институт, 2010. – 197с.

3. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческой организации – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 168с

##### ***Описание электронных ресурсов***

4. <http://www.unicreditbank.ru> – Официальный сайт ЮниКредит Банк.

*Шевченко О.В.*

*студентка 5 курса*

*Научный руководитель: Мармашова С.П., ст. преподаватель  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь*

*(Минск, Беларусь)*

#### **Анализ внешнеэкономической деятельности ОАО «Амкодор»**

В условиях усиления конкурентной борьбы у предприятий появляется потребность в создании служб внешнеэкономической деятельности (ВЭД), которые должны способствовать увеличению объемов продаж, доли рынка и прибыли, получаемой предприятием. Неэффективная работа отдела ВЭД любого предприятия ведет к снижению его конкурентоспособности и в конечном итоге к прекращению существования. Причинами возникновения подобной ситуации могут стать: неправильная оценка влияния факторов маркетинговой среды на деятельность организации, непродуманная политика продвижения и ценообразования и т.д. Необходимо создать систему, которая позволит оперативно выявлять ошибки, допущенные персоналом отделов в работе, позволит предприятию успешно конкурировать на рынке.

На сегодняшний день стратегической целью ОАО «Амкодор» на рынке дорожно-строительной техники и ее сервиса является увеличение степени удовлетворенности потребителей путем создания широкой и эффективной товаропроводящей сети и сервиса техники ОАО «Амкодор» и получение на этой основе реального конкурентного преимущества. Начиная с 2001 года, ОАО «Амкодор» реализует свою продукцию на внешних рынках сугубо через официальных дилеров и дистрибьюторов. 52 дилера представляет ОАО «Амкодор» в странах СНГ и дальнего зарубежья, в том числе 27 дилеров и 6 дистрибьюторов – во всех федеральных округах России [2]. Создание дистрибьюторско-



дилерской сети призвано обеспечить повышение конкурентоспособности техники ОАО «Амкодор» за счет ее более широкого представления на рынке, высокого уровня предпродажной подготовки, сервисного обслуживания, своевременного решения вопросов по гарантии и оперативного реагирования на изменения рыночной конъюнктуры. Основной целью создания дистрибьюторско-дилерской сети является достижение лидирующего положения в своих сегментах рынка и обеспечение максимальных удобств для потребителей.

ОАО «Амкодор» производит реализацию техники напрямую конечному покупателю (РБ, некоторые рынки Дальнего зарубежья) и через дилеров (РБ, РФ, Украина, рынки Дальнего зарубежья). Процентное соотношение реализованной продукции за 2011-2013 г. представлены на рисунке 1.

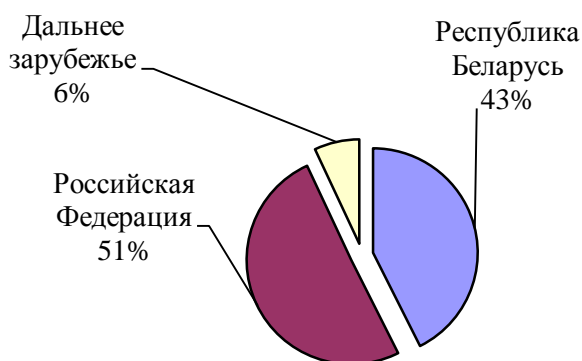


Рисунок 1 – Структура рынков сбыта ОАО «Амкодор»

Предприятие имеет развитую товаропроводящую сеть в Российской Федерации и Украине, которая обеспечивает не только устойчивый сбыт техники, но и ее качественное обслуживание. Приведенные на рисунке 1 данные позволяют охарактеризовать рынки Российской Федерации, Республики Беларусь в качестве основных рынков сбыта продукции. В РФ интенсивно развивается рыночная инфраструктура. Создаются новые торговые предприятия, сервисные организации. Полностью исключен бартер как вид расчета за продукцию. Значительно повышают свою активность зарубежные банки в части продаж импортной техники в РФ на выгодных условиях. Также, перспективным для сбыта дорожно-строительной техники является рынок Казахстана. Объем продаж техники ОАО «Амкодор» в 2012 г. в Казахстан составил 36 единиц [1]. Продолжается работа по развитию сотрудничества со странами Центральной и Южной Африки. В текущем году первые единицы техники отгружены на Кубу, где начал работу дилер холдинга. Управления реализации ОАО «АМКОДОР» – управляющая компания холдинга» целенаправленно работают над продвижением продукции на рынках Индонезии, Африки, Боливии и ряда других стран [1]. В 2013 году внешнеторговый оборот сократился, в сравнении с 2012 годом, на 7,3% и составил 120,460 млн. дол. США. В 2013 году по ОАО "Амкодор" – управляющая компания холдинга» объем экспорта составил 70,8 млн. долл. США, темп роста экспорта к уровню 2012 года – 91,8%. Удельный вес экспорта в объеме реализованной продукции в среднем за год составил 53,5%. Обеспечено положительное сальдо внешней торговли в размере 21,237 млн. дол. Однако, рекомендованный Министерством промышленности уровень этого показателя (28500 тыс.долл.США) не достигнут, что связано в первую очередь со значительным ростом инвестиционного импорта, а также изменением структуры выпускаемой продукции (вырос удельный вес более импортоемкой продукции, в частности лесной техники). Продолжается работа над диверсификацией

рынков сбыта и расширением своей товаропроводящей сети. В прошедшем году созданы собственные дистрибьюторские компании в Азербайджане и Литве. ТПС холдинга пополнилась новыми дилерами в России, Латвии, Монголии. Первые единицы техники холдинга отгружены на Кубу. Таким образом, что работая через дилеров ОАО «Амкодор» расширяет круг покупателей своей техники в отдельных регионах, следовательно, увеличиваются объемы продаж, охват рынка и прибыль. Среди множества инструментов анализа рыночной позиции предприятия одним из наиболее наглядных является разработка SWOT-матрицы. Сущность такого анализа заключается в оценке перспектив финансово-хозяйственной деятельности предприятия в двух аспектах. Говоря о сегодняшнем положении предприятия, определяют его достоинства и недостатки, а взгляд на перспективу выявляет возможности продолжения дальнейшей деятельности и угрозы успешному выполнению планов. Результаты сводятся в таблицу, которая дает наглядный материал для планирования дальнейшей деятельности по преодолению недостатков и реализации рыночных преимуществ предприятия с учетом выявленных возможностей и угроз. Использование SWOT-анализа для комплексной оценки рыночного положения и перспектив деятельности ОАО «Амкодор» рассмотрим в таблице 6.

Таблица 6 – Матрица SWOT-анализа деятельности ОАО «Амкодор»

<b>Преимущества</b> 1. Позиция лидера производства и продаж дорожной техники. 2. Отпускные цены почти в два раза ниже, чем на аналогичную продукцию на мировом рынке. 3. Марка «Амкодор» хорошо известна на рынке стран СНГ. 4. Имеет гибкую ценовую политику. 5. Предприятие имеет выигрышную территориальную позицию для развития дилерской сети.	<b>Возможности</b> 1. Расширение рынка в восточном направлении. 2. Диверсификация назначения выпускаемой продукции. 3. Укрепление позиции на внутреннем рынке за счет снижения себестоимости продукции
<b>Недостатки</b> 1. Имеет имидж продукции с невысоким качеством. 2. Отсутствие обоснованной маркетинговой стратегии с конкретными ориентирами. 3. Отсутствие инфраструктуры сервисных услуг. 4. Узкая функциональность предлагаемой техники, в сравнении с зарубежными аналогами. 5. Высокая материало- и энергоемкость погрузчиков. 6. Низкие эксплуатационные свойства предлагаемой техники.	<b>Угрозы</b> 1. Внедрение на внутренний рынок зарубежных импортеров товаров-аналогов. 2. Усиление конкуренции со стороны сопредельных стран. 3. Падение спроса из-за снижения объемов строительных работ. 4. Существенная зависимость от государственных заказов.

Источник: собственная разработка

Таким образом, для расширения экспорта продукции предприятия и географии сбыта необходимо направить усилия на развитие прежде всего сбытовой (дилерской) сети и организации совместно с дилерами рекламной компании продукции завода в средствах массовой информации стран СНГ и зарубежных стран, информирование потребителей о параметрах товаров и услуг, разъяснение где могут приобретаться товары и услуги, размещение информации на поисковых сайтах Интернета, участие в специализированных международных выставках и ярмарках, организации систематического поступления от дилеров маркетинговой информации о состоянии спроса и предложений в регионах, об отзывах потребителей о техническом уровне и качестве изделий, о конкурирующих товарах и уровнях цен на них.

#### Список использованных источников

1. Бизнес-план ОАО «Амкодор» на 2013 год / ОАО «Амкодор». – Минск, 2012. – 71 с.
2. Положение об управлении маркетинга ОАО «ОАО Амкодор» [Утв. 12.11.08] – Минск, 2008. – 10 с.

**Якушева Н.М.**  
*студентка 2 курса экономического факультета*  
**Научный руководитель: Останина Л.К., канд. экон. наук, доцент,**  
*доцент каф. экономики, финансов, учета и налогообложения*  
**Западно-Уральский институт экономики и права**  
*(г. Пермь)*

### **Повышение эффективности деятельности ИТ-компаний**

Рентабельность является одним из основных критериев оценки эффективности работы предприятия, повышение рентабельности характеризует цель предприятия любой отрасли в рыночной экономике; рост рентабельности способствует повышению финансовой устойчивости предприятия; для предпринимателей в показателе рентабельности заключается привлекательность бизнеса в данной сфере.

Цель нашего исследования – оценить влияние факторов на изменение рентабельности и определить пути повышения эффективности деятельности предприятия на примере компании ООО «Дельта-Пермь», занимающееся системами автоматизации учета и безопасности.

ООО «Дельта-Пермь» – ИТ-компания, образованная в 2001 году, предлагает полный спектр услуг по созданию и внедрению автоматизированных систем, поставке оборудования, расходных материалов и технической поддержке оборудования и программного обеспечения.

Компания оказывает услуги по автоматизации бизнес-процессов коммерческих заказчиков на программной платформе «1С:Предприятие», она является поставщиком обширного спектра электронного торгового оборудования и ПО от ведущих иностранных и российских производителей в области ИТ: Zebra, Symbol, Datalogic, DataSensor, Sensormatic, Gateway, 1С и др.

Рассмотрим динамику основных экономических показателей деятельности компании за 2011-2012гг (таб.1):

Таблица 1 – Динамика основных экономических показателей деятельности в ООО «Дельта-Пермь» за 2011 – 2012 гг.

Показатель	Год		Изменение	
	2011 (базис)	2012 (отчет)	Абсолютное, ед.	Относительное, %
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, тыс.руб.	84343	133642	49299	58,45
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг, тыс.руб.	66520	103643	37123	55,81
Коммерческие расходы, тыс.руб.	7681	0	-7681	-100,00
Управленческие расходы, тыс.руб.	8740	20754	12014	137,46
Прибыль от продаж, тыс.руб.	1402	9245	7843	559,42
Рентабельность продаж	1,66	6,92	5,26	316,16

Данные таблицы 1 свидетельствуют о росте за рассматриваемый период всех показателей и выручки, и издержек, и прибыли. Темп роста себестоимости реализованной продукции ниже темпа роста выручки, что сказалось на увеличении прибыли от продаж. Наряду с положительными тенденциями, следует отметить тревожный сигнал роста управленческих расходов в два раза (на 137,46%).

Для выявления основных факторов, влияющих на рентабельность деятельности предприятия, используем методику факторного анализа (таб. 2, таб. 3, таб. 4):

Таблица 2 – Факторы, влияющие на рентабельность продаж

Фактор	Значение
1. увеличение выручки от продаж	+36,28%
2. увеличение себестоимости продаж	-27,78%
3. снижение коммерческих расходов	+5,75%
4. увеличение управленческих расходов	-8,99%
Итого	+5,26%

В 2012 году по сравнению с 2011 годом рентабельность капитала увеличилась на 5,26 % за счет факторов (таб.3):

Таблица 3 – Факторы, влияющие на рентабельность капитала

Фактор	Значение
1. увеличение рентабельности продаж	+5,85%
2. уменьшение коэффициента закрепления	+7,05%
3. уменьшение фондоемкости	+0,26%
Итого	+13,15%

Из расчетов по росту рентабельности капитала предприятия повлияло увеличение рентабельности продаж, снижение коэффициента закрепления средств и уменьшение фондоемкости. У ООО «Дельта-Пермь» есть резервы повышения рентабельности капитала предприятия за счет повышения эффективности использования основных средств.

Увеличение рентабельности оборотных активов в 2012 г. по сравнению с 2005 г. на 11,8 % произошло под влиянием факторов (таб. 4):

Таблица 4 – Факторы, влияющие на рентабельность оборотных активов

Фактор	Значение
1. увеличение коэффициента оборачиваемости	+0,2%
2. увеличение рентабельности продаж	+11,6%
Итого	+11,8%

Таким образом, проведенный факторный анализ показателей рентабельности позволяет сделать вывод о том, что у предприятия есть резервы увеличения рентабельности и прежде всего за счет снижения себестоимости продукции и уменьшения управленческих расходов.

Для снижения управленческих расходов целесообразны следующие меры:

1. Сокращение численности административных подразделений.

Сложные экономические условия хороший повод взглянуть по-новому на структуру управления, штатное расписание. За последние годы численность персонала возросла многократно. При пересмотре штатов административных подразделений необходимо оценить, кому и какого качества услуги оказывает тот или иной отдел, возможность совмещения его функции с другим подразделением. В ООО «Дельта-Пермь» возможны совмещения:

- отдела заключения договоров и отдела продаж;
- коммерческого отдела и отдела экономического анализа;
- отдела разработок и проектно-конструкторский отдела.

2. Инициирование скидок от поставщиков, коммерческих кредитов.

Подавляющее большинство организаций-поставщиков борются за сохранение клиентской базы и готовы к предоставлению различных скидок, безвозмездных коммерческих кредитов. Снижение стоимости услуг может достигать до 30%. Надо только инициировать такое снижение. Повторное проведение конкурсов на поставку той или иной продукции выявляет неплохих исполнителей для компаний, занимающимися автоматизацией и раз-

работкой, которые будут рады показать свою состоятельность и готовность закрепиться в условиях снижения спроса в данном секторе.

3. Передача отчуждаемых непрофильных функций на аутсорсинг, когда это выгоднее содержания собственных подразделений [3].

Практика показывает, что экономия при передаче функций управления на аутсорсинг может составлять 20-50%, если допустить возможность такой оптимизации, хотя бы в 1/3 подразделений, мы имеем 7-17%-е снижение расходов в масштабах всех административных процессов ООО «Дельта-Пермь».

4. Широкое применение открытых конкурсов.

Государство в последние годы активно применяет практику публичных закупок программного обеспечения. Компании, участвующие в размещении госзаказа, уже прекрасно изучили эти процедуры. По официальным данным экономия бюджетных расходов вследствие применения конкурсов, аукционов, котировок составляет десятки процентов. Коммерческие же организации порой не уделяют достаточно внимания тендерной работе. Недостаток информации по закупке товаров, работ или услуг снижает внимание соответствующего рынка к закупке. Неоднородность коммерческих предложений поставщиков усложняют определение победителя. Конечно это не единственный фактор отбора, но в условиях сокращения издержек ориентироваться надо на минимальное по стоимости предложение при нормативном уровне качества. Общий эффект при систематизированном пересмотре условий поставщиков и исполнителей может составлять 5 и более процентов от общего объема управленческих и коммерческих расходов.

5. Переход на он-лайн способы рекламы услуг по автоматизации и готовых программных обеспечений, как более эффективные.

Большинство экспертов маркетинга признают, что в настоящее время Интернет уверенно приобретает пальму первенства при работе с аудиториями заказчиков и клиентов. В сети появляется все больше и больше примеров качественных ресурсов: корпоративных сайтов, промо-сайтов конкретных разработок и даже интернет-магазинов программного обеспечения. Электронная реклама гораздо дешевле и эффективнее традиционных источников.

#### **Список использованных источников**

1. Алексейчева Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров – 2-е изд., – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 292 с.

2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 536 с.

3. Читая Г.О., Ляшенко А.В. Аутсорсинг в стратегии управления развитием российских предприятий// Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2011. № 3. С. 53-58.

## СЕКЦИЯ II

### РОЛЬ КРЕДИТНО-ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

---

*Березутская А.В.*

*студентка 4 курса экономического факультета*

*Научный руководитель: Юсупова О.А. канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*

*Омский государственный университет путей сообщения,  
Институт менеджмента и экономики  
(г. Омск)*

#### **Концепция сбалансированного развития и формирование ключевых показателей текущей деятельности банка**

Под ключевыми показателями текущей банковской деятельности понимается набор количественных параметров, описывающих экономическое состояние банка, позволяющих принимать решения по текущему и стратегическому управлению и оценивать их эффективность. Формирование перечня ключевых показателей – важнейшая задача органов корпоративного управления банка.

Известны разные взгляды на стратегию развития и методы стратегического управления. Все они находятся в широком диапазоне между двумя взаимоисключающими подходами. Один состоит в разработке более сложных систем стратегического управления. Другой предполагает противоположное решение: упрощение процесса стратегического управления или отказ от него в пользу интуиции и опыта [1]. Рассмотрим это на примере двух наиболее типичных концепций стратегического развития.

1. Агрессивный рост – предполагает выход на новые рынки и существенное расширение имеющихся рыночных ниш.

Условием сохранения эффективности при реализации такой концепции является поддержание необходимого соответствия между уровнем корпоративного управления и растущими масштабами бизнеса. Стратегия оправдана при наличии в банке избыточного собственного капитала или стремления акционеров увеличивать собственный капитал за счет новых эмиссий.

Основным критерием успешности этой стратегии может стать достижение установленных абсолютных значений показателей:

валюты баланса,  
кредитного портфеля,  
привлеченных пассивов.

Показатели эффективности деятельности банка – прибыль, собственный капитал, не являются определяющими, так как на этапе агрессивного быстрого роста они часто приносятся в жертву темпам роста, банк работает при минимальном запасе норматива достаточности капитала Н1. [1]

2. Сбалансированное развитие. Эта концепция, на мой взгляд, более популярна в современных условиях, поэтому на ней мы остановимся более подробно.

Под сбалансированным развитием можно понимать эволюционное развитие темпами не ниже рыночных, экономически обоснованное сохранение и увеличение долей рынка. Не предполагаются постоянные дополнительные инвестиции акционеров в уставный капитал. Основной целью является стремление кредитной организации как можно дольше находиться на рынке.

Мне кажется, что эта стратегия не может опираться на конкретные количественные показатели как основные параметры развития. Их абсолютные значения зависят не только

от эффективной работы банка, но и от складывающихся рыночных тенденций, остроты конкурентной борьбы. Для объективного контроля над текущим состоянием дел в кредитной организации за основу можно взять сравнение относительных показателей развития банка с такими же показателями развития эталона, которым является банковская система РФ.

Для реализации стратегии необходимо контролировать текущую работу, анализировать соответствие фактических значений ключевых показателей их плановым значениям в каждый отчетный период, а также целесообразно применять известный цикл управления:

Постановка целей – Принятие решений и планирование мероприятий – Организация выполнения – Контроль за исполнением – Анализ – Формирование управленческого воздействия – Корректировка планов и (или) целей [2].

В настоящее время существует множество методов оценки деятельности банка – CAMEL, FIMS, Кромонава, SWOT, SNW, PEST-методы анализа, рейтинговых агентств, Базельского комитета, МВФ, а также указания Банка России № 1379-У и № 2005-У [3] и др. – у каждого из которых свой набор показателей для определения финансовой устойчивости кредитных организаций. Теперь определим показатели, которые наиболее объективно отражают деятельность банка.

Рассмотрим работу банка, находящегося на рынке некоторое время, прибыльно работающего и реализующего стратегическую концепцию «Сбалансированное развитие». Банком России предложен перечень ключевых параметров развития банка:

- активы;
- собственный капитал;
- кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям;
- кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам;
- вклады физических лиц;
- средства, привлеченные от организаций [1].

Определенные в таком виде ключевые показатели:

- информативны и оперативно доступны на любую отчетную дату не только органам корпоративного управления кредитной организации и ЦБ РФ, но и клиентам, сотрудникам, акционерам;
- описывают основные активные и пассивные операции банков и капитализированную в собственном капитале прибыль как экономический результат банковских операций;
- полностью сопоставимы с такими же показателями банковской системы России и показателями других кредитных организаций;
- рассчитываются каждым коммерческим банком в рамках стандартных процедур отчетности перед ЦБ РФ.

На мой взгляд, эти показатели можно считать основными, так как они комплексно и исчерпывающе отражают состояние банковской системы России. Использование Банком России именно этих показателей в своих регулярных обзорах подтверждает их значимость, системность и логическую завершенность. По ключевым показателям деятельности составляется рейтинг российских банков, присвоенный отечественными и международными рейтинговыми агентствами банкам РФ с использованием отчетности кредитных организаций РФ, публикуемой на сайте Банка России (таблица 1[4]).

Таблица 1 – Рейтинг российских банков по ключевым показателям деятельности

Место	Название банка	Сумма ключевых показателей, млрд.р.		Изменение	
		2012	2013	млрд.р.	%
1	Сбербанк России	15 895	13 611	+2 284	+16,78%
2	ВТБ	5 263	4 225	+1 037	+24,55%
3	Газпромбанк	3 511	2 801	+709	+25,34%
4(+2)	ВТБ 24	2 088	1 460	+628	+43,05%
5	Банк Москвы	1 893	1 513	+380	+25,12%
6(-2)	Россельхозбанк	1 842	1 615	+227	+14,07%
7	Альфа-Банк	1 495	1 232	+263	+21,39%
8	ЮниКредит Банк	860	830	+30	+3,62%
9	НОМОС-Банк	850	554	+296	+53,57%
10(+3)	Райффайзенбанк	763	597	+166	+27,87%

Источник: [4]

Также эти показатели важны для оценки достигнутого банком уровня по итогам отчетного года. Сравнение темпов прироста, позволяет оценить силу позиций кредитной организации по выбранным ключевым показателям.

Таким образом, на основании вышеизложенной информации можно сделать вывод о том, что от выбора концепции стратегического развития, зависит набор ключевых показателей, по которым можно оценить деятельность банка и его финансовую устойчивость.

#### Список использованных источников

1. Бобрик. М.А. Модели и методы оценки финансовой устойчивости коммерческих банков / М.А. Бобрик // Банковское дело. 2013. № 3. С. 53-56.
2. Борисов Р.И. // Показатели, обеспечивающие контроль реализации стратегии и текущего финансового состояния / Борисов Р.И. // Финансовый директор – 2010. – <http://fd.ru/articles/37395>
3. Истомахина М.А. // Стратегический контроль / Истомахина М.А. // Финансовый директор. 2010. №4. – <http://fd.ru/articles/38713>
4. <http://www.banki.ru/banks/ratings/> Рейтинги банков

**Бизунова Я.А.**

*студентка 5 курса экономического факультета*

*Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*

*Омский государственный университет путей сообщения  
(г. Омск)*

#### Кредит по карте

В России кредитные карты набирают все большую популярность в последнее время и становятся неотъемлемой частью жизни многих россиян, поскольку позволяют совершать расчеты не собственными денежными средствами, а деньгами кредитной организации [1]. Значимым преимуществом использования данного вида кредитования является наличие льготного периода, на протяжении которого заемщик пользуется денежными средствами, не уплачивая проценты.



Рынок банковских карт активно развивается и к 2014 году количество эмитированных банковских карт в России возрастет в целом до 310 000 тыс. ед., при этом количество кредитных карт составит 33 000 тыс.ед.

Таблица 1 – Динамика эмиссии кредитных карт в России

Год	Количество тыс.ед.	Изменение к предыд. году тыс.ед.	Изменение к 2009 году тыс.ед.	Тем роста к предыд. году тыс.ед.	Темп роста по отношению к 2009 году, %	Темп прироста к предыд. году, %	Темп прироста по отношению к 2009 году, %
2009	9296						
2010	8601	-695	-695	92,52	92,52	-7,48	-7,48
2011	10047	1446	751	116,81	108,08	16,81	8,08
2012	15026	4676	5730	149,56	161,64	49,56	61,64
2013	22483	7457	13187	149,63	241,86	49,63	141,86

Источник: [7]

Как видно из таблицы, с 2011 года наблюдается заметный рост эмиссии кредитных карт, в размере 8,08%. На протяжении 2013 года ожидается наращивание темпов эмиссии кредитных карт на 80%, а по прогнозам аналитиков в 2014 году темпы превысят планку 100%.

Ключевыми факторами, побуждающими россиян использовать кредитные карты, является ряд преимуществ, к числу которых следует отнести:

#### 1. Возобновляемый кредитный лимит

Срок кредитования по кредитной карте ограничен лишь сроком годности самой карты. Как правило, исчерпав весь кредитный лимит по карте, а затем погасив его, в дальнейшем вновь можно пользоваться тем же самым кредитным лимитом. По окончании срока годности карты можно возобновить договор и получить новую карту.

#### 2. Льготный период кредитования

В отличие от прочих видов кредитов почти все банки дают срок до 50 дней с момента покупки или снятия наличных в кредит, в течение которого начисляется очень низкий процент или не начисляется вовсе. Обычно в момент подписания договора по кредитной карте банк и клиент договариваются о ежемесячной дате до которой клиент может расплатиться по кредиту взятому в предыдущий месяц; в этом случае банк начисляет проценты по льготному тарифу, если доходы заемщика регулярны, он может ежемесячно использовать кредит по карте и не платить или платить очень низкие проценты по ней.

#### 3. Привилегии и льготы

Владельцы кредитных карт имеют множество способов сэкономить или приобрести дополнительную выгоду пользуясь кредитными картами: скидки на товары и услуги, накапливаемые бонусные пункты, автоматическое страхование жизни владельца карты, всевозможные партнерские программы (авиаалинии, розничные сети и сервисы), и т.д. [2]

Помимо указанных выше преимуществ, кредитная карта позволяет производить два вида операций: получение наличных денег и безналичную оплату.

Следует отметить, что условия предложения на рынке банковских услуг по предоставлению денежных средств, по кредитным картам отличается. Для определения оптимальных условий кредитования проведем сравнительную характеристику (табл. 2):

Таблица 2 – Сравнительная характеристика условий кредитования с использованием кредитных карт

Наименование кредитной программы	Максимальный размер кредита (руб.)	Процентная ставка по кредиту, % годовых	Обслуживание карты (руб.)	Беспроцентный период пользования кредитом	Процент за выдачу наличных
ВТБ 24 (ЗАО)					
1. Классическая карта	300 000	19%	900	до 50 дней	1%
2. Золотая карта	600 000	18%	3 000		
3. Премиальная карта	1 500 000	17%	10 000		
4. Платиновая карта	2 000 000	17%	30 000		
ОАО «Сбербанк России»					
5. Классическая карта	600 000	18,9% – 24%	750	до 50 дней	3% 4%
5.Золотая карта	600 000	17,9% – 23%	3 000		
6. Карта мгновенной выдачи	150 000	18,9%	-		
7. Платиновая карта	3 000 000	17% – 22%	15 000		
ОАО «ОТП Банк»					
8. Классическая карта	1 500 000	29,9%	600	до 55 дней	3%
9. Золотая карта	1 500 000	29,9%	1 800		
10. Карта для бизнесменов*	1 500 000	29,9%	600		
11. Карта с пакетом документов **	1 500 000	24%	600 – 1 800		
ОАО «АЛЬФА-БАНК»					
12. Уникальная карта	от 5 000 до 600 000	17,99% 32,99%	875 – 5 600	от 60 до 100 дней	2,9% 7%
ОАО «УРАЛСИБ»					
13. Кредитная карта	от 10 000 до 500 000	22% 25%	бесплатное	до 60 дней	2% 4%
* Кредитная карта для личных целей (имея собственный бизнес), для оформления карты не потребуется собирать документы для анализа бизнеса и без поручителей. ** Предоставив полный пакет документов, есть возможность получить пониженную ставку по кредитной карте.					

Источник: составлено автором

При выборе кредитной карты необходимо помнить, что льготный период распространяется только на оплату товаров и услуг. Если с кредитной карты снять наличные, проценты начнут начисляться немедленно. Максимальный беспроцентный период пользования кредитом предоставляет ОАО «АЛЬФА-БАНК» от 60 до 100 дней в зависимости от размера кредита. ОАО «АЛЬФА-БАНК», в отличие от других кредитных организаций, предоставляет такую уникальную возможность, как создание личных условий пользования – в зависимости от выбранного размера кредита и льготного периода, устанавливается процентная ставка по кредиту в диапазоне от 17,99% до 32,99%.

Из сравнительной таблицы видно, что выгодные условия выдачи и использования кредитных карт предлагает ЗАО «ВТБ 24», так как выдача кредитной карты не зависит от наличия у заемщика других расчетных счетов в банке, также от существования партнерских программ и от размера дохода клиента. Банк ВТБ 24 независимо от объема кредитования предоставляет минимальный процент за снятие наличных с кредитной карты, 1% от суммы выдачи наличных через операционный офис или банкомат. [8]

Одним из важных условий получения кредитной карты в ОАО «Сбербанк России» является обязательная постоянная регистрация на территории России и именно в том регионе, где клиент желает приобрести карту, трудовой стаж на последнем рабочем месте должен составлять не менее 6 месяцев. Банк предоставляет пониженную процентную ставку в размере 17% годовых при условии, что клиент предоставит полный пакет документов, включающий:

- заявление-анкета;
- паспорт гражданина РФ;
- документы, подтверждающие финансовое состояние клиента: для работающих граждан справка 2-НДФЛ и для пенсионеров справка о размере пенсии из отделения Пенсионного Фонда РФ. [7]

Наиболее выгодным предложением от ОАО «Сбербанк России» является Платиновая кредитная карта, где максимальный размер кредита составляет 3 000 000 руб., при этом процентная ставка составляет от 17% до 22% годовых.

Такие кредитные организации как ОАО «ОТП Банк» и ОАО «БАНК УРАЛСИБ» являются менее привлекательными для клиента при принятии решения о получении кредита с помощью карты. Данные банки предлагают повышенные процентные ставки по кредиту в размере до 29,9% годовых, при этом ОАО «БАНК УРАЛСИБ» предлагает бесплатное обслуживание кредитной карты, в ОАО «ОТП Банк» клиент не зависимо от вида кредитной карты может пользоваться суммой до 1 500 000 руб. [10].

Проведенный анализ характеристик различных кредитных продуктов на рынке розничного кредитования, свидетельствует о том, что кредитные карты будут в дальнейшем пользоваться популярностью среди потребителей, так как дают возможность приобретения каких-либо товаров и услуг моментально после принятия решения о покупке.

#### **Список использованных источников**

1. Андреев А.А. Пластиковые карточки в России: сборник / А.А. Андреев, А.Г. Морозов, Д.А. Равкин. – М.:БАНКЦЕНТР, 2008. – 206с.
2. Деньги, кредит, банки: Учеб. / Г.И. Кравцова, Г.С. Кузьменко, Е.И. Кравцов и др.; под ред Г.И. Кравцовой. – Мн.: БГЭУ, 2003. – 527 с.
3. Аляев Д.А. Практические аспекты функционирования систем мониторинга транзакций по банковским картам / Д. А. Аляев // Финансы и кредит. – 2011.- № 19. – С. 42-45.
4. Дубровина А.М. Правовые риски банков при работе с платежными картами/ Дубровина А.М. //Финансы и кредит.- 2012. – № 2. – С. 41-50
5. Канеев Х.Р. Перевод денежных средств с использованием банковских карт: ответственность кредитных организаций/ Х. Р. Канеев. – (Правовые вопросы банковской деятельности) //Банковское дело. – 2012. – № 4. – С.80
6. Кирьянов М.А. Сегодня и завтра банковских карт и безналичных платежей / М.А. Кирьянов // Банковское дело. – 2009. – №11. – С. 91 – 95.
7. Цетральный Банк РФ: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbr.ru>
8. Банк ВТБ 24: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vtb24.ru>
9. Сбербанк России: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sberbank.ru>
10. ОТП банк: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://otpbank.ru>

*Богусева Д.В.*  
*студентка 4 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*  
*Омский государственный университет путей сообщения*  
*Институт менеджмента и экономики*  
*(г. Омск)*

### Дистанционное банковское обслуживание

В век информационных технологий человек не мыслит свою жизнь без интернета, который предоставляет огромный массив информации, открывает широкие возможности для развития бизнеса. Банковское сообщество в наш информационный век весьма активно использует новые информационные технологии и средства связи.

Самым заметным достижением в банковском бизнесе в последние двадцать лет можно назвать широкомасштабное внедрение дистанционного банковского обслуживания (ДБО), которое предоставляет клиентам возможность совершать банковские операции, не приходя в банк, с использованием различных каналов телекоммуникаций [1, с. 64]. ДБО в настоящее время представляет собой систему интернет и мобильного банкинга. Интересным остаётся тот факт, востребовано ли ДБО в настоящее время, существуют ли перспективы развития, чьи интернет-банкинги являются наиболее функциональными и востребованными.

Российские банки активно развивают интернет-банкинг и мобильный банкинг, согласно исследованию, проведённому агентством Markswebb Rank & Report, львиная доля банков (93%) предлагает своим клиентам услугу интернет-банк, тогда как мобильный банк есть только у 70%. Кредитные организации высоко оценивают возможности ДБО для развития бизнеса. Абсолютное большинство банков развивают системы ДБО с целью привлечения новых клиентов и увеличения прибыли, а также повышения качества своих услуг [2].

ДБО с каждым годом завоевывает все большее признание среди клиентов (см. рисунок 1). По данным исследования рейтингового агентства «Эксперт РА» с 2009 года доля счетов ФЛ, доступных через Интернет, выросла с 12 до 25%, а доля счетов с «мобильным» доступом и того больше – в три раза [3, с. 6].

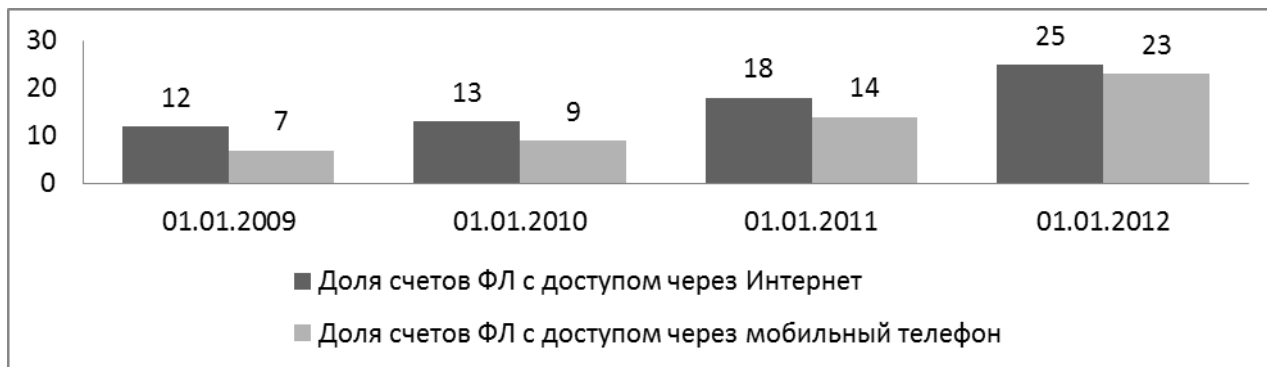


Рисунок 1 – Рост доступности ДБО для физических лиц (ФЛ), %

Источник:[3]

По своему функционалу лучшие системы интернет-банкинга уже сегодня удовлетворяют среднего пользователя. Оплата сотовой связи, платежей ЖКХ, погашение кредитов – это стандартные функции большинства систем интернет-банкинга. Вместе с маркетинговыми усилиями рост функциональности позволил банкам заметно, с 8 до 30% (см. рисунок 2), нарастить долю транзакций, проводимых с использованием интернет – банкинга (в

общем числе транзакций). Значительную роль сыграл здесь Сбербанк России, активно подключающий дистанционный доступ физическим лицам.

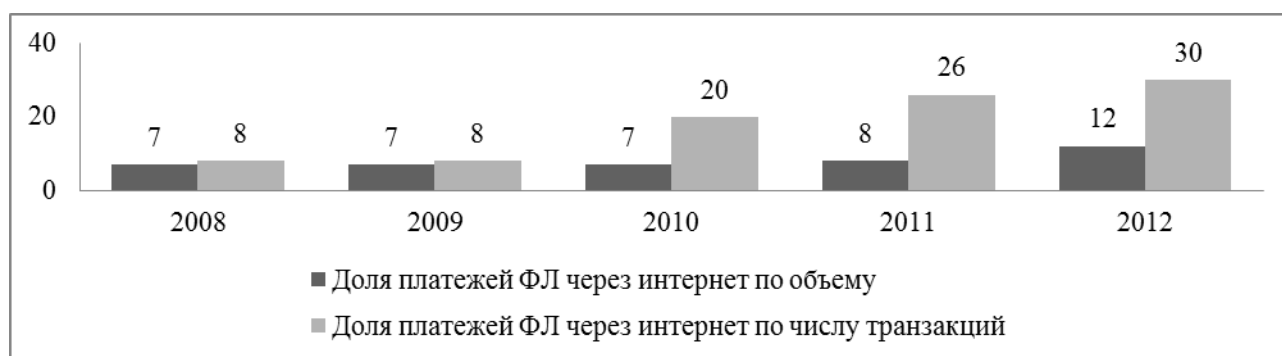


Рисунок 2 – Объемы транзакций через интернет, %

Источник: [3]

Основные причины слабого роста объемов платежей ФЛ, по мнению «Эксперт РА», – недоверие основной части населения к интернет-сервисам, неготовность активных пользователей проводить крупные транзакции и относительная сложность интерфейсов большинства интернет-банкингов для рядовых клиентов [3, с. 7-8].

Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report опубликовало результаты своего ежегодного исследования эффективности сервисов интернет – банкинга физических лиц Internet Banking Rank 2013, проведенного в марте-апреле 2013 гг. Для исследования были отобраны 40 систем интернет-банкинга, работающих в России, 30 из которых представляют топ – 30 российских банков, имеющих максимальный совокупный портфель кредитов и депозитов физических лиц. Еще 10 интернет-банков были отобраны экспертно. Целью исследования является повышение уровня российского дистанционного банковского обслуживания.

В целом исследование Marksw Webb Rank & Report фиксирует два основных параметра эффективности: наличие той или иной функциональной возможности (то есть принципиальной возможности решить некоторую задачу клиента банка); удобство пользования (то есть сможет ли клиент воспользоваться имеющейся функциональной возможностью, сколько времени у него на это уйдет и останется ли он доволен).

Экспертами агентства был составлен чек-лист, включающий более 470 критериев, определяющих функциональные возможности, удобство интерфейсов, возможности настройки безопасности и факторы информационной поддержки пользователей. Для участия в тестировании были приглашены 25 респондентов в возрасте от 18 до 60 лет с разным опытом использования систем интернет-банкинга. Каждый респондент в ходе тестирования последовательно выполнял 6 типовых задач (вход в интернет-банк, поиск информации о совершенных операциях, оплата квитанции, перевод средств физлицу в другой банк, поиск реквизитов для получения перевода извне, упрощение повторных платежей) в четырех разных интернет-банках. По результатам выполнения заданий респондент представлял оценки интернет-банкам и проходил анкетирование.

Так, лучшими по общему баллу эффективности стали интернет-банки «Альфа-Банка», «Банка24.ру» и «Банка Санкт-Петербург» (см. таблицу 1). Лично просмотрев официальные сайты банков-победителей, открыв раздел интернет-банк, сложно говорить об эффективности данных интернет-банкингов, так как вход в систему возможен только при заполнении логина и пароля, но хотелось бы отметить, что только у «Альфа-Банка» есть функция демо-доступ, благодаря ей можно познакомиться с устройством системы заранее. В свою очередь, лучшим по функциональным возможностям стал интернет-банк «Русский

Стандарт». Лучшими по удобству пользования стали сервисы интернет – банкинга «Альфа-Банка», «Банка24.ру», «Банка Санкт-Петербург» и «ТКС Банка» [2].

Таблица 1 – Рейтинг эффективности российских интернет-банков 2013г.

№	Банк	Баллы
1-3	Альфа-Банк	72
1-3	Банк24.ру	72
1-3	Банк Санкт-Петербург	72
4	Русский Стандарт	68
5	Московский Кредитный Банк	64
6	Тинькофф Кредитные Системы	60
7	Связной Банк	58
8-9	Номос-Банк	55
8-9	Сбербанк России	55
10-12	Финансовая группа Лайф	53
10-12	Московский Индустриальный Банк	53
10-12	Уральский банк Реконструкции и Развития	53

Интересно сравнить рейтинг мобильных банков по объему пользователей с рейтингом их эффективности (функциональность + удобство) [2]. Как показало исследование, самые популярные мобильные банки не всегда самые удобные, например, Сбербанк занимает первое место по объёму пользователей и лишь 8-9 место по эффективности. Такие банки, как ВТБ24, ХоумКредитБанк, Райффайзенбанк, Промсвязьбанк, Банк Уралсиб привлекают пользователей, но по эффективности остаются на последних местах. Хотя во многом списки пересекаются, например, в отношении Альфа-Банка, Русский Стандарт (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Рейтинг мобильных банков по объему пользователей 2013 г., % от аудитории интернета России

№	Название кредитной организации	%
1	Сбербанк России	40,2
2	Альфа-Банк	8,2
3	ВТБ24	7,7
4	Русский Стандарт	4,3
5	ТКС Банк	3
6	Связной Банк	2,3
7	ХоумКредитБанк	2,2
8	Райффайзенбанк	2,2
9	Промсвязьбанк	1,7
10	Банк Уралсиб	1,5

Распространение интернета оказало сильное влияние на мировое развитие и эволюцию банковских институтов в России. Система дистанционного банковского обслуживания развивается за счёт современных интернет-технологий. Согласно исследованию компании J'son & Partners Consulting оборот платежей российского рынка дистанционного банковского обслуживания в 2017 году увеличится в три раза [2]. Аналитики прогнозируют в ближайшей перспективе все большее возрастание интереса к интернет-банкингу, ведь на сегодняшний день 15,4 млн. человек уже используют интернет-банк.

#### Список использованных источников

1. П. В. Ревенков, А.А. Бердюгин. ДБО: Интернет создает новых клиентов и расширяет профили рисков / П.В. Ревенков, А.А. Бердюгин // Банковское дело. – 2013. № 12. – С. 64-67.
2. [http://www.tadviser.ru/index.php/Статьи:ДБО – Системы дистанционного банковского обслуживания \(рынок\\_России\)#2013 .D0.B3.D0.BE.D0.B4](http://www.tadviser.ru/index.php/Статьи:ДБО – Системы дистанционного банковского обслуживания (рынок_России)#2013 .D0.B3.D0.BE.D0.B4)
3. [http://raexpert.ru/editions/bulletin/bullet\\_internet\\_bank\\_16.04.12.pdf](http://raexpert.ru/editions/bulletin/bullet_internet_bank_16.04.12.pdf)

*Валова И.А.*  
*студентка 4 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Юсупова О.А.,*  
*доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*  
*Омский государственный университет путей сообщения*  
*(г. Омск)*

### Где лучше и дешевле переводить деньги по России и за рубеж?

По данным Центробанка, рынок личных денежных переводов в России с каждым годом растет. Их доля в общем объеме переводов, с учетом стран дальнего зарубежья на II квартал 2013г. составляет 80,8% (7013 млн. долл. США), в то время как доля полученных 19,2% (1664 млн. долл. США), что в 2,26 раза больше чем во II квартале в 2010г. по выплаченным переводам (3093 млн. долл. США) и в 1,54 раза больше по полученным (1076 млн. долл. США) [6]. Увеличивается количество не только денежных переводов, но и операторов, которые предлагают данный вид услуг. Это напрямую связано с большим потоком мигрантов и растущей популярностью среди студентов на получение образования в столичных вузах и за рубежом.

Рассмотрим наиболее часто используемые системы переводов денежных средств в нашей стране, определим их основные достоинства и недостатки.

Таблица 1 – Характеристика систем денежных переводов в России

№	Название	Комиссия по переводу %, рублей, дол. США	Срок перевода	Достоинства	Недостатки
1	Перевод Почтой России [6]	40 р.+5% от суммы платежа (до 1000р); 50 р.+4% (1000-5000 р.); 150 р.+2% (5000-20000 р.); 250 р.+1,5% (20000-500000 р.)	2-10 дн.	Доступность для клиентов в самых отдаленных уголках страны	Скорость перевода денег, максимальная сумма перевода 500000руб
2	Western Union [5]	50/100 р.(100-5000 р.); 1,7% (5000-10000 р.); 1,7/1,0%(10000-50000 р.); 1,3/0,5%(50000-100000 р.);	5-10 мин. 12 ч.	Быстрота перевода	Максимальная сумма перевода для резидентов 5000 долларов США в течение одного операционного дня
3	UNISTream [3]	США: 3% – (до 30000\$) Новая Зеландия: 1%+4\$ (до 319,99); 2.25% (320-959,99); 1%+12\$ (960-2999,99); 12\$ (От 3000\$).	10 мин.	Осуществление переводов в любую точку мира, низкие тарифы, надежность и скорость доставки	Ставка % различная для стран
4	Money Gram [2]	СНГ: 1,00-100,00-2\$; 100,00-200,00-3\$; 200,00-300,00-5\$; 300,00-400,00-6\$; 400,00-500,00-8\$.	10 мин.	круглосуточные переводы, возврат денег в случае неполучения	Максимальная сумма переводов, не более 9099,00\$ США за 1 операцию и не больше 18198,00 \$ за 1 операционный день

Продолжение таблицы 1

№	Название	Комиссия по переводу %, рублей, дол. США	Срок перевода	Достоинства	Недостатки
5	Яндекс деньги [8]	0,5 % не зависимо от суммы перевода.	1 мин.	Счет кошелька просто и быстро пополнить; множество способов ввода и вывода денег из системы	Ограниченная география отправки, не осуществляют кредитования, запрет на использование системы в предпринимательской деятельности; регистрация клиентов на сайте; работа только с рублями
6	Web Money [4]	0%-электронный кошелек; 5,95% – с мобильного; 1,5% – кассы розничных сетей; 0%- банковский перевод.	До 4ч. 1 сек. 1 дн.	Возможность управления и пополнения кошелька несколькими способами; множество способов вывести деньги из Web Money	Блокировка кошельков клиентов, отсутствие анонимности
7	Anelik [1]	РФ: 1,3% (до 90000 р.); 900 р. (свыше 90000 р.). Страны дальнего зарубежья: 3%	3-24ч./ 5 мин.	Быстрота оформления перевода	Необходимость регистрации клиентов на сайте, не осуществляют кредитование

Источник: составлено автором

Самым общедоступным и известным способом перевода является почтовый перевод. Сегодня Почта России предоставляет различные варианты для перевода денег, такие как срочные денежные переводы «Форсаж», перевод по номеру карты, Денежные переводы «Кибер Деньги» (по России, в странах СНГ, Балтики и странах Дальнего зарубежья) и др.[7].

Что касается суммы комиссии за проведение денежного перевода, то ее размер составляет от 1,5% до 5% , кроме того, при переводе денежных средств взимается единовременный платеж за перевод, он составляет от 40 до 250 рублей. При большей величине переводимой суммы, процент за перевод снижается, в то время как растет единовременный платеж.

Среди плюсов перевода Почтой России следует отметить доступность отправки и получения для клиентов в самых отдаленных частях нашей страны. К минусам можно отнести скорость перевода денежных средств (2-10дней) и ограничение по переводимой сумме (500000рублей).

Наибольшей популярностью среди экспресс-переводов пользуются такие, как Western Union; UNISream; MoneyGram, Anelik. Их преимущество заключается в том, что получатель имеет возможность получить деньги в течение 10 минут с момента перевода, только перевод Anelik «заставляет ждать» своих клиентов в течение 24 часов, если использовать тариф «Стандарт» и в течение 5 минут, если тариф «Super» [1]. В системе Anelik к недостаткам можно отнести неудобство перевода денег (денежные средства принимаются и выдаются только в одной валюте – долларах). Через эту систему удобно переводить деньги по России. Так как достаточно низкий процент комиссии за перевод (1,3%) и высокая скорость доставки денежных средств.

Наибольшую известность в нашей стране получил перевод Western Union (400000 пунктов обслуживая по всему миру, «догоняют» INISream-250000 пунктов обслуживания и MoneyGram-200000 пунктов), данный перевод предлагает срочный способ перевода и перевод в течение 12 часов, что позволяет выбрать клиенту наиболее удобный для него



способ, величина комиссии зависит от страны назначения и суммы перевода [5]. Процент по переводу денег достаточно приемлемый от 0,5% до 1,7%.

Если сравнивать перевод UNISStream [3] и MoneyGram, то клиенты отдадут предпочтение первому, хотя MoneyGram выгоднее в переводе из-за своего устоявшегося курса по переводу в долларах, без учета процентов, что присутствует в первом, но подойдет только тем, кто переводит деньги в долларах, в другой валюте перевод не возможен, плюсом является возможность бесплатного сопроводительного сообщения до 10 слов и возможности вернуть деньги в случае их не получения [2].

Если говорить о переводах через интернет, то известность получили такие переводы как Яндекс Деньги и Web Money.

Что касается Яндекс Деньги, то предлагается самый низкий процент за перевод денег из всех перечисленных выше (0,5% не зависимо от суммы перевода), минусом является отсутствие конфиденциальности, необходимости сообщения паспортных данных, нет системы кредитования, использование данной системы перевода только по России и возможность пользоваться данной системой только частным лицам, плюсом является поступление денег на счет получателя в течение минуты [8].

Web Money предоставляются различные услуги по переводу денег от мобильного перевода, до банковского, так же различных по времени перевода от мгновенного, до перевода в течение суток. Наиболее дорогостоящим является перевод через телефон (5,95%), но поступление денег при нем происходит мгновенно, наиболее удобным является перевод посредством электронного кошелька самый дешевый вид перевода, при котором сумма комиссии составляет 0%, но «заставит ждать» своего адресата в течение 4 часов [4]. Так же предоставляется возможность выбора управления электронным кошельком при помощи нескольких способов, таких как Mini, Light, Classic, Mobile. Так же к плюсам данной системы можно отнести множество способов ввести и вывести деньги из Web Money. Не очень удобным является то, что может произойти блокировка кошелька, если система посчитает вашу операцию сомнительной, что происходит очень часто.

Таким образом, проведение денежного перевода посредством Почты России является наиболее надежным, но наиболее продолжительным по времени доставки из всех переводов. Что касается Western Union, UNISStream и MoneyGram, то они достаточно похожи с разницей лишь в размере комиссии за перевод платежа. Если говорить о системе Яндекс Деньги, то стоимость перевода достаточно невелика стоимость (0,5% вне зависимости от суммы перевода), однако этот вид услуги не удобен тем, что система используется только на территории РФ и не предоставляет услуги по кредитованию.

Развитие инновационных технологий в последнее время позволяет прогнозировать снижение величины тарифов, увеличение скорости доставки, анонимности переводов, а следовательно увеличение числа потребителей данного вида услуг среди населения.

#### **Список использованных источников**

1. Сайт Anelik: – Режим доступа: <https://card.anelik.ru/>
2. Сайт MoneyGram: – Режим доступа: <http://global.moneygram.com/ru/ru>
3. Сайт UNISStream: – Режим доступа: <http://unistream.ru/transfers/>
4. Сайт WebMoney: – Режим доступа: <http://www.webmoney.ru/>
5. Сайт Western Union: – Режим доступа: [http://www.westernunion.ru/WEB-INF/ru/pdfs/Tariff\\_Form\\_2013\\_Final\\_Bank.pdf](http://www.westernunion.ru/WEB-INF/ru/pdfs/Tariff_Form_2013_Final_Bank.pdf)
6. Сайт Центрального банка РФ: – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/statistics/CrossBorder/print.asp?file=Personal\\_Remittances.htm&pid=svs&sid=ITM\\_10234](http://www.cbr.ru/statistics/CrossBorder/print.asp?file=Personal_Remittances.htm&pid=svs&sid=ITM_10234)
7. Сайт Почта России: – Режим доступа: <http://www.russianpost.ru/rp/index/ru/home>
8. Сайт Яндекс Деньги: – Режим доступа: <https://money.yandex.ru/>
9. Федеральный закон от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ. О национальной платежной системе // СЗ РФ от 4 июля 2011 г. N 27 ст. 3872.

*Власова А.В.  
студентка 3 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

### **Банк как финансовый партнер малого бизнеса**

Основой экономики развитого государства является малый и средний бизнес. Малый бизнес способен обеспечить свободу предпринимательского выбора и стимулировать эффективную организацию производства. Вклад малых предприятий в валовой внутренний продукт в ряде развитых государств превышает 50%.

Развитие малого бизнеса в России переходит на новый этап. Это связано с появлением приемлемых по цене кредитных продуктов, а также с взаимовыгодным сотрудничеством заемщиков и кредиторов.

Банки постоянно развивают услуги для малого бизнеса. Цель банка стать полноценным финансовым партнером для своего клиента. В России активно развиваются следующие формы кредитования:

Микрокредиты – небольшие займы, от 30 тысяч рублей до 300 тысяч, – самая востребованная сейчас тема.

Овердрафт – этот кредит можно отнести к разряду палочки-выручалочки, позволяющей перехватывать деньги на короткие сроки. Сейчас кредит зачастую предоставляется на срок до 6 месяцев в сумме от 250 тыс. до 10 млн рублей. Лимит овердрафта определяется из расчета 30% среднемесячных оборотов компании.

Кредит на покупку основных средств – еще одна форма кредитования предпринимателей.

Кредит на развитие бизнеса («кредит на пополнение оборотных средств»). Наиболее простой вид финансирования. Лимит кредитования устанавливается по отношению к текущему обороту компании.

Коммерческий кредит – разновидность кредита, предоставляемого в товарной форме продавцом покупателю в виде отсрочки платежа за проданные товары, выполненные работы, оказанные услуги.

Инвестиционное кредитование – особенно популярная форма кредитования. Кредит, предоставляемый финансово-кредитным учреждением физическому или юридическому лицу под конкретную инвестиционную программу, привлекается на срок от 3 до 10 лет для реализации долгосрочных инвестиционных проектов.

Венчурное финансирование. Достаточно экзотический вид кредита для нашей страны. Достоинства: длительный срок и отсутствие гарантий. Минусы: более высокие процентные ставки и небольшое количество венчурных фондов и инвестиционных компаний. Основная цель венчурного финансирования – вложение средств в развитие.[5]

Немаловажную роль в кредитовании играют процентные ставки. Сегодня прослеживается тенденция снижения ставок и **кредиты малому бизнесу** становятся всё доступнее, что подтверждается статистикой по банковскому сектору. Следует отметить, что темпы снижения процентных ставок по прогнозам экспертов несколько замедлятся, тем не менее, это не помешает успешному развитию сектора кредитования малого бизнеса.

Ученые предполагают, что средний показатель процентных ставок по оформлению кредитов малому бизнесу зафиксирован в положении 11-13%. К примеру, средний показатель по залоговым кредитам малым и средним компаниям выражается в 13-17% годовых, этот же показатель по беззалоговым кредитам, как правило, дороже и составляет в среднем 17-27% [3].

За последние 20 лет развитие рыночных отношений в нашей стране открыло новые возможности для предпринимателей. Для Россельхозбанка поддержка малого бизнеса – это приоритетное направление деятельности.

Банк предлагает новые кредитные продукты: «Кредит под торговую выручку», «Рациональный», «Доступный», «Персональный овердрафт», которые отвечают всем потребностям малого и среднего предпринимательства.

Сегодня практически все ведущие банки разрабатывают программы для кредитования малого и среднего бизнеса. Только за шесть месяцев этого года кредитные портфели лидеров этого рынка – Сбербанк, «Уралсиб» и банка «Возрождение» – выросли практически на 30 – 50%. На это поле выходят и новые игроки. [4]

ВТБ24 два года назад, начал предоставлять персонализированный сервис своим клиентам в сегменте малого бизнеса. Потребности бизнеса в финансовых услугах различаются в зависимости от его масштаба и этапа развития. Для небольших, только развивающихся компаний и индивидуальных предпринимателей предлагаются стандартные пакеты и продукты микрофинансирования. Такое диверсифицированное предложение позволяет охватить потребности подавляющего большинства клиентов. [2]

Два основных продукта – кредит «Коммерсант» и кредит «Бизнес-Экспресс». «Коммерсант» – это фактически потребительский кредит, рассчитанный на индивидуальных предпринимателей. Кредит «Бизнес-Экспресс» предназначен как для индивидуальных предпринимателей, так и для владельцев бизнеса.

В прошлом году запустили кредит «Бизнес-Экспресс», а также продукты «Бизнес-Ипотека», «Лимит финансирования», который позволяет открыть клиенту лимит и оперативно предоставлять финансирование в его рамках.

ОАО «МСП Банк» – реализует Программу финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, предоставляя через сеть региональных банков-партнеров во всех регионах России кредиты малым и средним предприятиям, в том числе на развитие экспортных операций. Средневзвешенная ставка по портфелю кредитов, выданных банками-партнерами по программе МСП Банка, составляет 12,8% (ставка указана на 01.08.2013). [6]

**Альфа-Банк объявил о снижении на 1% ставки по беззалоговому кредиту «Партнер» для малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей. Теперь предприниматели могут получить кредит на развитие бизнеса по ставке от 20% годовых.** Кредит «Партнер» – это кредит без залога на сумму до 6 млн рублей. [1]

Малый бизнес для банков – это огромное и еще не распаханное поле, на котором постоянно появляются новые компании, где можно вырастить себе хороших клиентов. По данным Минэкономразвития, потребность малых предприятий в кредитных ресурсах оценивается в 30 млрд. долл. ежегодно, а удовлетворяется она пока на 10–15%. К тому же кредитование малого бизнеса является весьма доходным – ставки по таким кредитам достаточно высоки, а суммы самих кредитов могут быть весьма значительными.

По оценкам экспертов, в ближайшие два года кредитование малого бизнеса будет активно развиваться. Следует ожидать появления новых игроков и усиления конкуренции, а значит, будут повышаться лояльность банков к заемщикам, смягчаться условия кредитования и снижаться ставки по кредитам.

#### **Список использованных источников**

1. Альфа банк [Электронный ресурс] Режим доступа: [www.alfabank.ru/russia/perm](http://www.alfabank.ru/russia/perm)
2. ВТБ24 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vtb24.ru/personal>
3. ИА «Альянс Медиа» по материалам "Независимой газеты" [Электронный ресурс] Режим доступа: [www.allmedia.ru](http://www.allmedia.ru)
4. Комитет экономического развития, промышленной политики и торговли. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.spb-mb.ru>
5. ОАО «МСП Банк» [Электронный ресурс] Режим доступа: [www.mspbank.ru](http://www.mspbank.ru)
6. Поддержка малого и среднего бизнеса. Программа финансовой поддержки МСП. Внешэкономбанк [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.veb.ru/strategy/bsup>

### **Просроченная задолженность в коммерческом банке: причины и последствия**

Просроченная задолженность является одной из основных проблем российских банков. Просроченная задолженность – это своевременно не произведенные платежи по кредитам.

В настоящем положении ЦБ РФ № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, и приравненной к ней задолженности» рассматривается оценка кредитного риска по выданным ссудам. Исходя из качества обслуживания долга заемщиком, кредиты делят на три категории:

- хорошее обслуживание долга, происходит в тех случаях, если платежи по кредитам и процентам производятся вовремя и полном объеме;
- среднее обслуживание долга, возникает, когда имеется просроченная задолженность у юридических лиц от 6 до 30 дней, у физических лиц от 30 до 60 дней.
- плохое обслуживание долга, признается в том случае, если задолженность не уплачивается в течение последних 180 дней.

По состоянию на 1 января 2013 года, доля просроченной задолженности сроком выше 30 дней в большинстве коммерческих банков, составила более 50%, что свидетельствует о низком качестве организации кредитного процесса и о необъективной оценке кредитоспособности клиентов.

Насколько хорошо обслуживается кредит зависит от категории качества заемщика. Заемщик обязан соблюдать договоренность с банком, которая оформляется в виде графика гашения задолженности.

Если заемщиком соблюдаются и вовремя выполняется условия договора, то по кредиту не формируется просроченная задолженность. При этих условиях заемщику присваивается первая или вторая категория качества, что положительно сказывается на его кредитной истории в дальнейшем.

Однако кредиты не всегда обслуживаются своевременно, в строгом соответствии графику гашения задолженности. По разным причинам заемщик нарушает график гашения, в результате чего формируется просроченная задолженность. В этом случае, заемщик становится недобросовестным, а ранее определенную категорию качества понижают на более худшую.

Иметь кредиты с просроченной задолженностью для банка нежелательно, в силу следующих причин:

- кредит выдается деньгами, взятыми с привлеченных вкладов. А по этим вкладам, банк несет ответственность перед клиентами;
- наличие просрочки заемщиков по кредитам, жестко проверяется регулятором. Требование регулятора, заключается в том, чтобы банки формировали по просроченному кредиту резерв на возможные потери. На регулярной основе банк отчитывается перед регулятором о том, какая просрочка существует по кредитному портфелю и объеме сформированных резервов. В зависимости от категории качества ссуды, величина резерва на возможные потери по ссудам может составлять от 0% до 100%. При выдаче банком кредитов, имеющих однородные признаки, банки формируют резерв по портфелю однородных ссуд, поскольку данные ссуды обладают сходными характеристиками кредитного риска.

Существует ряд предупредительных мер по недопущению роста объема просрочки в кредитном портфеле банка:

- глубокий и тщательный анализ заемщика перед выдачей кредита. Существует много разнообразных методик для того чтобы принять решение о выдаче кредита. Например, таких, как: скоринговая модель, количественный и качественный анализ, и т.д. В основном, банк самостоятельно разрабатывает технологию оценивания кредитоспособности потенциальных заемщиков. Для каждого банка такая методика является индивидуальной, характеризуется разной степенью сложности и полноты, однако в любом банке представляет собой коммерческую тайну.

- мониторинг кредитов и оценка банком просроченной задолженности: своевременное выявление и установление причин ее образования, определение направлений работы по урегулированию споров и ликвидации допущенных отклонений от графика платежей. Просроченная задолженность по кредитам может иметь различные варианты возникновения. В основном, заемщик просто забывает о том, что ему нужно оплатить кредит или по каким-либо другим причинам, не касающимся его финансового положения, не в состоянии вовремя уплатить денежные средства в банк. Также существуют заемщики, которые временно испытывают финансовые трудности, и заемщики, которые уже ни при каких обстоятельствах не смогут по какой-либо причине обслужить кредит. В отдельную категорию необходимо отнести заемщиков, которые с самого начала не собирались уплачивать кредит. Такое поведение со стороны заемщика рассматривается как мошенничество.

Просроченная задолженность по кредитному портфелю, оказывает негативное влияние на финансовое состояние банка. В случае если банк достиг критических показателей просрочки, он может перестать существовать. Массовое закрытие банков мы можем наблюдать во время кризиса (2008-2010 годы), из-за мощного оттока вкладов населения и роста просроченной задолженности по кредитам.

Ситуация в экономике оказывает значительное влияние на то, как банки подходят к оценке своего кредитного риска. В таблице 1 предоставлена информация в целом по Российской Федерации об общей сумме просроченной задолженности по кредитам физических и юридических лиц.

Таблица 1 – Общая сумма просроченной задолженности по кредитам физических и юридических лиц

Дата	Физические лица			Юридические лица		
	Задолженность всего (руб.)	Просроченная задолжен.	Доля %	Задолженность всего (руб.)	Просроченная задолжен.	Доля %
01.04.2009	3 848 399	180 597	4,69%	9 174 235	346 769	3,78%
01.01.2010	3 562 366	241 010	6,76%	9 109 136	601 582	6,60%
01.01.2011	4 064 045	279 295	6,87%	10 495 586	639 486	6,09%
01.01.2012	5 534 711	290 305	5,24%	13 614 166	733 564	5,39%
01.11.2013	9 585 015	434 522	4,53%	18 118 634	880 157	4,86%

В период с 2008 по 2010 год Российская экономика находилась в кризисном состоянии, вызванном общей мировой тенденцией, которая оказала существенное влияние на политику банков в области контроля кредитного риска. За этот период времени общая сумма задолженности по кредитам юридических лиц в период с 2009 года по 2010 год уменьшилась с 9 174 млрд. рублей до 9 109 млрд. рублей, а доля просроченной задолженности выросла с 3,78% до 6,60%. Такую же динамику с задолженностями мы наблюдаем у физических лиц. Это обуславливается тем, что многие банки ужесточали требования к заемщику при получении кредита, не кредитовали определенные отрасли, поднимали процентные ставки, активно вели работу по снижению доли просроченной задолженностью. После 2010 года экономика и в целом состояние банковской системы начало восстанавливаться, общая сумма задолженности у юридических лиц составляла на 1 января 2011 года 10 495 млрд. рублей и продолжала расти вплоть до 18 118 млрд. рублей, на 1 ноября 2013 года. Доля просроченной задолженности уменьшилась с 6,09% до 4,86%. Так же и у физи-

ческих лиц общая сумма задолженности выросла с 2011 по 2013 годы, а доля задолженности снизилась с 6,87% до 4,53%

Банки уделяют много времени и внимания работе с просроченной задолженностью. Каждый банк, отдельно от других, выстраивает процесс возврата просроченных задолженностей. Во многом, эти процессы просты, и основываются на сборе информации по просроченным кредитам и их структурировании. Так же, важную роль играет качество работы службы банковской безопасности с недобросовестными клиентами.

Проведенное исследование позволило установить ряд обстоятельств, препятствующих эффективной работе банка с просроченной задолженностью:

- вся информация о просроченных платежах и их гашении вводится в основном вручную. Этот метод трудоемкий и не всегда эффективный и ввиду человеческого фактора часто предоставляет неполную или недостоверную информацию;

- не проводится работа с заемщиком, по своевременному оповещению заемщиков, с помощью смс рассылок, напоминания о выплатах в социальных сетях, звонков на сотовый и городской телефоны и т.д.

- сотрудники службы банковской безопасности работают исходя из распоряжений главного подразделения. Результат работы в указанной форме сообщается руководству. Сотрудники банка сильно ограничены в принятии решений.

Таким образом, необходимо развивать и совершенствовать работу с просроченной задолженностью с помощью новых, высокотехнологичных элементов. С помощью нововведений банковская структура станет более эффективной, и позволит максимально структурировать и автоматизировать работу с проблемными задолженностями, применяя к каждому должнику свои определенные методы воздействия.

#### **Список использованных источников**

1. О типичных банковских рисках: письмо ЦБ РФ от 23 июня 2004 года №70-Т (ред. от 23.06.2004)

2. Бочарова И.В., Ендовицкий Д.А. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика – М.: издательство «Кнорус», 2008. – 264 с.

3. О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности: положение ЦБ РФ от 26 марта 2004 года №254-П (ред. от 25.10.2013)

4. Сайт Центрального Банка РФ – [www.cbr.ru/](http://www.cbr.ru/)

*Галушко О.Д.  
студентка 3 курса, факультета информатики и экономики  
Научный руководитель: Маркевич И.В., канд. экон. наук,  
доцент каф. экономики  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

### **Коммерческое кредитование в экономической системе Российской Федерации**

В настоящее время кредит остается одним из главных источников экономического развития. Он развивается вместе с ростом масштабов товарооборота и производства. Увеличение материальных потоков и услуг неизбежно вызывает необходимость использования дополнительных источников финансирования.

Коммерческое кредитование, хотя и является изначально первой формой кредита, сохраняет актуальность и в наши дни. Коммерческий кредит является основой всей кредитной системы. Его необходимость вытекает из самого процесса воспроизводства. В силу ряда причин (различия во времени обращения товаров, времени их производства, сезонно-

го характера производства) одни отрасли выходят со своими товарами на рынок, а у других товары еще не реализованы, и поэтому они не имеют наличных денежных средств. В данных условиях отрасли могут реализовать свои товары при помощи продажи их в кредит. Коммерческий кредит позволяет ускорить реализацию товаров и весь процесс кругооборота капитала.

Кредит это – предоставление денег (ценностей) в долг на условиях возвратности, срочности, платности [5, с. 5]. Коммерческий кредит – это кредит, предоставляемый в товарной форме продавцами покупателями в виде отсрочки платежа за проданные товары. При этом кредиторами выступают хозяйственные организации. Цель кредита – ускорить реализацию товаров. В современном хозяйстве предприятия могут предоставить друг другу не только товарный, но и денежный кредит. Его могут предоставлять практически все организации и предприятия (например, своим партнёрам по бизнесу), имеющие свободные денежные средства. Коммерческий кредит независимо от своей денежной или товарной формы предоставляется главным образом на короткие сроки.

Различают следующие виды коммерческого кредита.

1. Классический (традиционный) коммерческий кредит. Особенность данного вида в том, что сам продавец предоставляет покупателю кредит. Точнее он предоставляет отсрочку платежа по отпущенным товарам или оказанным услугам [2, с. 35]. Его инструментом выступает вексель – беспорочное и безусловное долговое обязательство должника, который должен выплатить кредитору, либо другому указанному им лицу, определённую денежную сумму в установленный срок.

2. Лизинг – (от англ.) «сдавать и брать имущество внаём». Суть заключается в инвестировании временно свободных или привлечённых финансовых средств, когда лизингодатель приобретает в собственность обусловленное договором имущество у определённого продавца и предоставляет это имущество за плату во временное пользование [7, с. 183].

3. Факторинг – форма финансирования товарного кредита. Главная цель – ускорить реализацию товаров и заключённой в них прибыли [6, с. 4]. Это комплекс услуг для производителей и поставщиков, ведущих торговую деятельность на условиях отсрочки платежа. В операции факторинга принимают участия три лица: фактор (факторинговая компания или банк) – покупатель требования, поставщик товара (кредитор) и покупатель товара (дебитор). Основная деятельность факторинговой компании – это кредитование поставщиков путём выкупа краткосрочной дебиторской задолженности.

4. Форфейтинг – однократная операция, связанная с взиманием денежных средств путём перепродажи приобретённых прав на товары и услуги [1, с. 338]. Другими словами – это покупка долга, который выражен в оборотном документе, у кредитора на безвозвратной основе. То есть покупатель долга (форфейтер) принимает на себя обязательство об отказе – форфейтинге – от обращения регрессивного требования к кредитору при невозможности получения удовлетворения у должника.

5. Консигнация – это условие продажи товаров через склады посредников, в данном случае право собственности на товар остаётся за продавцом (консигнантом) до момента продажи товара покупателю.

6. Открытый счёт – одна из форм расчётно-кредитных отношений, при которой продавец отгружает товар покупателю и направляет в его адрес товарораспорядительные документы, относя сумму задолженности в дебет счёта, открытого им на имя покупателя.

Далее рассмотрим как положительные, так и отрицательные стороны коммерческого кредитования. К преимуществам мы отнесём следующее: доступность, а также постоянство использования коммерческого кредита в качестве краткосрочного источника финансирования. При использовании других источников финансирования существует временной разрыв между возникновением потребности в кредите и его получением.

Таким образом, коммерческий кредит предоставляется в момент возникновения потребности в нём. При коммерческом кредите не требуется обсуждение с кредитором усло-

вий привлечения денежных средств, а также предоставление кредитору гарантий их возврата [4, с. 315].

К недостаткам коммерческого кредитования можно отнести издержки, связанные:

- с отказом от использования скидки;
- с повышением цены товара из-за постоянных задержек платежей;
- с ухудшением кредитного рейтинга [3].

При использовании коммерческого кредита необходимо помнить, что в случае задержки платежа сверх предоставленного срока поставщик будет стремиться покрыть свои издержки посредством повышения цены на товар (которое не обусловлено изменением спроса и предложения на рынке). Таким образом, поставщик перекладывает свои расходы на покупателя.

Можно с уверенностью сказать о целесообразности использования коммерческого кредита для того, чтобы стимулировать развитие экономики на основе операций по переучету и учету коммерческих векселей в рамках денежно-кредитной политики. Опыт развитых стран говорит о том, что коммерческий вексель, как инструмент коммерческого кредита, активно участвует во внешней торговле в учетных и переучетных операциях.

Чтобы усовершенствовать коммерческое кредитование в России, предлагается ряд рекомендаций:

Во-первых, необходимо обязать государственные структуры, а также монополии, например, «Газпромнефть», «РЖД», перейти на расчёты с сельскими производителями и другими участниками аграрно-промышленного комплекса страны, связанные с предоставлением коммерческих кредитов на сроки до поступления выручки от деятельности данных предприятий.

Во-вторых, принять меры по стимулированию торговли и промышленности для предоставления ими сельским производителям коммерческих кредитов на сроки до поступления выручки от деятельности, которой они занимаются, в том числе меры по субсидированию процентных ставок по банковским кредитам.

В-третьих, необходимо обязать государственные банки создать фонды коммерческих векселей сельских производителей, а Центральный банк Российской Федерации – рефинансировать банки под эти операции.

Данные рекомендации могут активизировать внедрение коммерческих кредитов, способствовать развитию здоровой конкуренции на кредитном рынке и эффективному распределению ресурса, рациональному функционированию денежно-кредитной системы, укреплению влияния торгового и промышленного капитала.

#### **Список использованных источников**

1. Жуков, Е.Ф. Банковское дело, учебник для вузов, 3-е издание / Е.Ф. Жуков. – М.: Юнити-Дана, 2008. – 655 с.
2. Коммерческое кредитование [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://financeplace.ru/fin-menedzhment/privlechenniy-kapital/zaemniy-kapital/kreditovanie/kommercheskoe.html>.
3. Кузнецова, Е.И. Деньги, кредит, банки, 2-е издание / Е.И. Кузнецова – М.: Юнити-Дана 2009. – 568 с.
4. Покаместов, И.Е. Факторинг / И.Е. Покаместов. – М.: Евразийский открытый институт, 2010. – 360 с.
5. Попов, Г. Коммерческий кредит – требование времени / Г. Попов // Persona Grata. – 2012. – № 22. – С. 49.
6. Филиппов, Д.М. Лизинг, учебное пособие / Д.М. Филиппов. – М.: Лаборатория книги, 2009. – 126 с.
7. Щегорцов, В.А., Таран, В.А. Деньги, кредит, банки: Учебник для вузов / В.А. Щегорцов, В.А. Таран. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 416 с.



*Гармаш Я.С.*  
*студентка 4 курса факультета финансы и кредит*  
*Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*  
*Омский государственный университет путей сообщения*  
*Институт менеджмента и экономики*  
*(г. Омск)*

### **Внедрение 3D Secure-технологии**

Увеличение скорости денежного обращения в современных экономических условиях выдвигает новые требования к механизмам совершения платежей, в силу которых все большую популярность приобретают онлайн-платежи, которые сегодня нарастающими темпами вытесняют своих предшественников – наличные деньги. За последние 10 лет в нашу жизнь со стремительной скоростью ворвался Internet вместе со своими принципами общения, ведения бизнеса и принципиально новыми инструментами расчетов.

Интернет предлагает сегодня широкий спектр товаров, услуг, предоставляет возможности для общения, самовыражения, игры и т.д. Ряд этих услуг является платным, в связи с чем возникает потребность в использовании различных способов оплаты через Internet. В ответ на эту потребность рынка возникли электронные платежи с помощью онлайн-кредитных и дебетовых карт. Задача любых видов электронных платежей – удовлетворение всех сторон сделки, как покупателя, так и продавца.

Развитие данного способа оплаты способствовало ответному росту количества и способов мошенничества в области несанкционированного снятия денежных средств с карт или совершения каких-либо покупок без ведома держателя карты. В качестве превентивных мер банками разрабатываются всевозможные способы защиты, поскольку вопросы безопасности платежей вызывают беспокойство и волнуют не только держателя карты, производящего оплату товара в интернет-магазине, но и сам интернет-магазин, и эквайера, и эмитента, и, наконец, платежные системы, которые вкладывают огромные средства для обеспечения защиты от мошенничества [1, с. 113]. На сегодняшний день основным механизмом обеспечивающим безопасность совершения онлайн-платежей, стала технология 3D-secure.

3D-Secure представляет собой защищенный протокол авторизации пользователей для совершения операций без присутствия карты. Данная технология разработана в целях безопасности оплаты товаров и услуг в Интернете. Изначально протокол был предложен платежной системой VISA, впоследствии с некоторыми изменениями был одобрен и платежной системой MasterCard. У VISA протокол называется Verified by Visa (VbV) (Верифайд бай Виза – Проверено Визой), у MasterCard – MasterCard SecureCode (MCC) (МастерКард СекьюКод – Мастер Кард Безопасный Код), а у JCB International – J/Secure (Джей/Секью – Джей/Безопасный).

Данный протокол добавляет дополнительный шаг авторизации пользователя при оплате покупки в интернет-магазине. На первом шаге используется: номер карты, срок ее действия, имя держателя карты и код проверки ее подлинности (например, CVC2 – трёхзначный код проверки подлинности карты платёжной системы Visa или MasterCard) (рис. 1).

**Платежные параметры**

**Владелец:**   
Введите имя держателя карты, как указано на карте, например: IVAN PETROV

**PAN:**   
Введите номер Вашей банковской карты без пробелов (например, 1234567800001234).

**Срок действия:** 01 / 2011

**Код CVV2:**  [Где находится код CVV2?](#)

Если Вам не удалось произвести оплату пластиковой картой, пожалуйста, обратитесь в службу поддержки Вашего банка. Для корректной оплаты необходимо уточнить наличие услуги безопасности 3D Secure. Некоторые банки могут запрещать оплату товаров интернет картам, незащищенными 3D Secure.

[ОТМЕНА](#) [ОПЛАТИТЬ ПОКУПКУ](#)

Рисунок 1 – Первый шаг авторизации – ввод данных карты

На втором шаге в качестве дополнительной меры безопасности рядом банков запрашивается 4 последние цифры номера паспорта.

Номер карты XXXX XXXX XXXX 8643

Срок действия 15/06

Мобильный номер +79136225824

Номер паспорта 4 последние цифры

[Продолжить](#) [Помощь](#) [Отмена](#)

Рисунок 2 – Второй шаг авторизации – ввод дополнительной информации о владельце карты

На третьем шаге, используя протокол 3D-Secure, сайт магазина показывает страницу банка-эмитента карты, на которой предлагается ввести дополнительный защитный код. Его клиент банка может получить: посредством СМС-сообщения на свой мобильный телефон, с помощью карточки разовых кодов или специального устройства, а также код может быть постоянным, заранее установленным самим клиентом.

**Введите код подтверждения, который был Вам отправлен в SMS-сообщении.**

Магазин MVIDEO.RU OMSK

Сумма платежа RUB 812.00

Дата 19/01/2014

Номер карты XXXX XXXX XXXX 8643

Код подтверждения

[Выслать новый код](#)

[Продолжить](#) [Помощь](#) [Отмена](#)

Рисунок 3 – Третий шаг авторизации – ввод кода подтверждения операции

Вся передаваемая информация от покупателя сохраняется на платежном сервере банка-эмитента, и интернет-магазин не имеет к ней никакого доступа. Это защищает данные от хищения.

Не все интернет-магазины и банки поддерживают 3D-Secure. Эта технология не является обязательной и защищает в первую очередь торговую точку и банк от мошеннических операций. При использовании ими протокола 3D-Secure ответственность за такие операции переносится с торговой точки на банк или клиента. На сегодняшний день ЧИСЛО магазинов, которые принимают платежи строго с использованием 3D-Secure невелико. Узнать их можно по размещенным на сайте логотипам: MasterCard SecureCode и/или Verified by Visa [2]. В их число входят такие известные, как М.Видео, OZON.RU, Связной, Экспедиция и т.п.

Технология 3D-Secure крайне важна для держателей банковских карт, так как благодаря внедрению технологии 3D Secure, гарантирующей минимальный риск проведения несанкционированных транзакций в Интернете, в некоторых банках, например в Промсвязьбанке по карте, подключенной к услуге 3D-Secure, в случае совершения операции с использованием одноразовых паролей, специальные ограничения по размеру и количеству платежей отсутствуют, а если же карта не подключена к услуге 3D-Secure и операция проводится без использования одноразового пароля, но при этом интернет-магазин поддерживает технологию 3D-Secure, то по следующим операциям : переводы в пользу физических лиц, оплата мобильной связи, пополнение WEB кошельков действует ограничение максимальной суммы в размере 3500 рублей (либо эквивалент в валюте) на одну операцию. Для клиентов, совершение покупок в сети Интернет стало еще комфортнее, поскольку минимизируется необходимость обращений в справочную службу, контактные центры или введения кодов, выданных в банке для получения доступа на проведение интернет-операций.

Какие Российские банки поддерживают данную технологию и для каких клиентов эта технология будет доступна бесплатно, а для кого за абонентскую плату? Крупные банки, такие как Сбербанк, ВТБ24, Альфа-банк, Уралсиб, Газпромбанк, Райффайзенбанк данная услуга предоставляется бесплатно для всех пользователей, а вот в банке Связной данной услуга доступна только при подключении смс-информирования, стоимость которого 50 рублей (информации найдена на сайтах банков). Такой сервис, по данным экспертов, запустил лишь каждый четвертый российский банк, выпускающий карты.

В основном проблема внедрения возникла у небольших банков, это связано с тем, что подключение данной технологии очень дорогостоящие. По мнению банкиров, поставщиков программного обеспечения, необходимого для того, чтобы услуга Visa 3D-Secure или MasterCard SecureCode заработала, слишком мало. Они до сих пор пользуются уникальностью предлагаемого продукта и удерживают цены на высоком уровне. «Как нам кажется, это и является основной сложностью для внедрения этой технологии многими банками», – заявил начальник управления банковских карт Райффайзенбанка Александр Петров. [3]

Подводя итог можно отметить, что безопасное совершение онлайн-платежей серьезно влияет на репутацию банка на рынке. Проблемы клиентов при совершении онлайн-платежей, могут повлечь заметные репутационные издержки, при которых будет выгоднее обезопасить клиентов. В настоящее время, в связи с широчайшим развитием интернет-услуг, задача внедрения 3D Secure – технологии должна стоять во главе угла каждого банка, ставящего перед собой цели быть современным и востребованным на рынке.

#### **Список использованных источников**

1. Гончаров, В.В. Расчеты и операционная работа в коммерческом банке №4 / В.В. Гончаров. – М.: 2010. – 113 с.
2. Протокол 3D-Secure [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/wikibank/3d-secure/>
3. D-Secure: кто в защите? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=4261123>

## **Профессиональный банковский гид – корпоративный журнал – ПермьБанк.ру**

Тема научно-исследовательской работы «Профессиональный банковский гид – корпоративный журнал – ПермьБанк.ру». Данная тема актуальна на сегодняшний день, так как стремление управлять собственными финансами населения растет, развитие банковской сферы прогрессирует, и, как следствие, увеличивается внутренняя потребность в экономических и финансовых знаниях.

Цель работы – довести до читателя объективную и компетентную информацию о банках города Перми, с помощью созданного журнала «ПермьБанк.ру».

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Изучить опыт по созданию журналов подобной тематике.
2. Проанализировать полученную информацию, определить достоинства и недостатки подобного материала.
3. Привести основные аспекты создания журнала ПермьБанк.ру.
4. Создать корпоративный журнал ПермьБанк.ру.

Как показывает опыт, по созданию журналов подобной тематике: банковской, финансовой, только 28,5% опрошенных выписывают и читают специализированные банковские журналы, 25% – не выписывают, но иногда обращаются к журналам, 28% – читают изредка, если под руку попадают, 17% – читают только журнал в интернет, 1,5% – не читают прессу. Наиболее авторитетными считаются журналы: «Аналитический банковский журнал», «Банковские технологии», «Банковское дело», «Национальный банковский журнал». Кроме того, интересными и лидирующими являются журналы, в том числе и в электронном виде: «Прямые инвестиции» (ОАО Сбербанк России) [1], «Энергия успеха» (ЗАО ВТБ24) [2], «Газета Газпромбанка» (ОАО Газпромбанк)[3].

В банковских изданиях, с точки зрения практической направленности, привлекательными являются рубрики о практическом опыте банка в разных отраслях деятельности, новости, факты, информация об услугах банка[1].

Преимущества журнального формата весьма эффективно могут быть использованы как для внутрикорпоративных коммуникаций банка, так и для широкого круга аудитории. В тех случаях, когда банку необходимо подчеркнуть статус, престижность, достоинства своих сотрудников, клиентов – журнальный формат незаменим [2].

В первую очередь, журнальный формат используется в коммуникациях тех банков, персонал которых состоит, по преимуществу, из офисных сотрудников, еще чаще – офисных высокооплачиваемых сотрудников. Традиционно внутренние и внешние журналы выпускают западные банки. Как правило, это связано с тем, что издания эти имеют квартальную периодичность. Что подразумевает не только больший объем информации, но и принципиально другое отношение к продукту. Кроме того, в западных банках обычно принято результаты своей деятельности подводить и обнародовать ежеквартально. К этому же циклу привязаны и такие внутренние события, как, например, выбор лучшего сотрудника или подведение итогов соревнования филиалов, или каких-либо тренинговых циклов. В таком случае ежеквартальный выход журнала – более чем оправдан [4].

Надо отметить также, что в случае ежеквартального выхода журнальный формат использовать целесообразней – у журнала больше шансов «дойти» до следующего номера, так как листы не ветшают со временем. Можно сформулировать набор условий, при которых успешней всего будет функционировать издание именно в виде журнала:

1. Не требуется многотысячный тираж или нет ограничений по бюджету
2. Нет необходимости в еженедельном выходе
3. Важно подчеркнуть особое положение банка и его сотрудников
4. Материалы издания, как правило, требуют неоднократного прочтения
5. Необходимо использовать большое количество качественных цветных иллюстраций.

Выполнение любого из этих условий – признак того, что банкам необходим именно корпоративный журнал [4].

Банки города Перми, занимают главные позиции по России, это такие банки как ОАО Сбербанк России, ЗАО ВТБ 24, ОАО Газпромбанк. В целом, информация о каждом банке в журналах, газетах, выпускаемыми банками соответственно представлена профессионально и доступно. Как не растеряться в объемах информации, суметь проанализировать различные статьи, принять решение, если это касается, например, услуг банка? Ответ на данный вопрос, было решено получить с помощью, создания журнала о трех банках города сразу. Таким образом, создан Профессиональный банковский гид – корпоративный журнал – ПермьБанк.ru.

ПермьБанк.ru – корпоративный журнал, рассказывает о главных банках города Перми. Содержит исторические обзоры о развитии банковского дела, информацию о новых банковских технологиях, современные проблемы и консультации специалистов банковской сферы, а также анализ главных событий лидирующих банков города: ОАО Сбербанк России, ЗАО ВТБ24, ОАО Газпромбанк.

Корпоративный журнал ПермьБанк.ru предназначен для целевой аудитории – юридических и физических лиц, пенсионеров, молодежи.

Тематическая направленность журнала:

1. Банковские карты
2. Страхование банковских карт
3. Благотворительность
4. Банковский бренд
5. Интересно и факт
6. Автоматизированные системы банков
7. Новости, направления и проекты
8. Специальные предложения банков
9. Банки будущего рисует художник

В журнале ПермьБанк.ru имеются авторские работы, что делает его единственным и уникальным в своем роде. Положительной особенностью корпоративного журнала ПермьБанк.ru, оказывается то, что в нем четко и доступно рассматриваются вопросы, не только для руководителей, но и представителей работников других профессий, не связанных с банковской.

В журнале достаточно освещены все аспекты по тематической направленности периода в несколько кварталов (осень-зима текущего года). Издание познакомило читателя с деятельностью трех банков города Перми в рамках логического изложения материала. Приведены данные, которые позволяют провести анализ трех составляющих по определенной тематике и таким образом, принять верное решение по интересующему вопросу, доводя до читателя объективную и компетентную информацию, с помощью созданного корпоративного журнала «ПермьБанк.ru».

#### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт ОАО «Сбербанк России» – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sberbank.ru/perm/ru/person/>.
2. Официальный сайт ЗАО «ВТБ24» – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vtb24.ru/personal/Pages/default.aspx?geo=perm>.

3. Официальный сайт ОАО «Газпромбанк» – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gazprombank.ru/?login=yes>.

4. Банковские журналы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/polls/1263342>.

*Глинская В.В.*  
*студентка 4 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*  
*Омский государственный университет путей сообщения*  
*(г. Омск)*

### **Анализ основных вопросов, поступающих в контактные центры банков**

*Самая большая трата, какую только  
можно сделать, – это трата времени.*  
*Теофраст*

В динамично развивающемся обществе все большую ценность приобретает такой не возобновляемый ресурс как время. У современных людей его все меньше, однако, очень часто у них возникают вопросы, решение которых требует, во-первых, поисков информации о существующих вариантах решения, во-вторых, как таковое решение данных вопросов. На эти поиски могут уйти бесценные минуты, а то и часы. Поэтому в обход этим тратам все большее количество компаний создает на своей основе центры помощи своим клиентам, или контактные центры. Данные организации призваны решать всевозможные проблемы клиентов и отвечать на поставленные вопросы. Чаще всего такая помощь реализуется в виде Колл-центров (от англ. call center, центр обработки звонков) – это специализированные организации или выделенные подразделения в организации, занимающиеся обработкой обращений и информированием по голосовым каналам связи в интересах организации-заказчика или головной организации [1]. Такие центры на сегодняшнее время существуют практически во всех сферах деятельности. В данной статье рассмотрим деятельность колл-центров в наиболее популярной, банковской сфере.

В наше время сложно найти человека, который не сталкивался со сферой кредитных организаций. Каждый из нас хотя бы раз имел опыт общения с банками. И, конечно же, у каждого пользователя банковскими продуктами могут возникнуть какие-либо вопросы или проблемы, с которыми он самостоятельно справиться не может. В таком случае ему на помощь приходят контактные центры. Круг задаваемых вопросов достаточно широк, мы же затронем основные из них.

Обобщенно, вопросы, поступающие в колл-центры банка, можно разделить на две группы:

1. вопросы общего характера
2. информация по банковским картам.

К вопросам общего характера можно отнести информацию о существующих вкладах, кредитах, условиях их предоставления, о необходимых документах для совершения каких-либо операций, о процентных ставках, сроках. Также в этот блок относится информация о денежных переводах, конвертации валюты, вопросы о ценных бумагах, реквизиты счета держателя карты или реквизиты банка и многое другое. Ответы на все вопросы данной тематики можно узнать либо в отделении банка, либо на официальном сайте кредитной организации. Но, чаще всего, у клиентов нет времени на обращение в отделение и поиски информации в интернете, тогда им на помощь приходят специалисты контактных центров, которые предоставят любую, имеющуюся у них информацию, либо подскажут, как и где данную информацию можно получить альтернативным способом.

Пожалуй, самым крупным блоком являются вопросы, связанные с пластиковыми картами. Данный банковский продукт получает все большее распространение, и, зачастую, клиенты уже имеют не одну, а несколько карт. Поэтому рассмотрим этот блок подробнее.

«Карточные» вопросы можно разделить на две большие группы:

1. вопросы по дебетовым картам;
2. информация по кредитным картам.

Каждое из этих направлений имеет ряд специфических вопросов.

Так, по дебетовым картам клиенты чаще всего интересуются расходным лимитом и совершенными операциями. Вопросы могут возникать по поводу несогласия с текущим балансом карты. Это может быть связано либо с ожиданием зарплаты, которая может зачисляться на карту от пары часов до нескольких дней в зависимости от ситуации, либо с совершенным переводом в пользу клиента, который также еще не отобразился на его расходном лимите. В двух последних ситуациях каким-либо образом ускорить процесс зачисления денежных средств не представляется возможным.

Не редки случаи, когда клиенты просто забывают, что они совершают какие-либо операции, и лишь при упоминании названия магазина, все становится на свои места и вопрос снимается. Также, несмотря на совершенствование механизмов защиты, полностью не исключается возможность мошеннических действий по карте. В таком случае, своевременное обращение в службу помощи может существенно помочь сохранности средств на карте.

Все вышеизложенные вопросы, связанные с расходным лимитом и операциями по карте можно решить несколькими способами:

- установить на мобильный телефон опцию SMS-оповещения обо всех приходно-расходных операциях по карте, таким образом, клиент полностью контролирует свои средства;
- подключение к личному кабинету, в котором имеется наиболее полная информация по счетам клиента. А также существует возможность совершать платежи и переводы;
- запрос информации через банкомат/платежный терминал: данные устройства также обладают большим спектром возможностей, от получения наличных или вноса денежных средств на карту до получения информации о балансе карты и запроса выписки по операциям, от перевода средств между своими счетами и в пользу третьих лиц до оплаты широкого спектра услуг;
- обращение в подразделение банка: максимальный функционал, требующий личного присутствия клиента.

Самые частые вопросы по кредитным картам: какая процентная ставка по ней установлена, какой кредитный лимит и как его можно увеличить, как происходит начисление процентов, когда и какую сумму нужно вносить, можно ли перенести дату платежа, почему именно такой платеж нужно вносить в данном месяце. Специалисты контактного центра доступно объяснят все вопросы и проиллюстрируют действие на конкретных примерах.

Также довольно частой причиной обращения является арест средств. Сами банки не накладывают арест, данные полномочия есть только у службы судебных приставов. Банк лишь выполняет требование данной службы, если соответствующий исполнительный лист был направлен в отделение. По данному вопросу у оператора контактного центра имеется только информация о том, когда и на какую сумму был наложен арест. Если клиент хочет узнать более подробную информацию, то ему потребуются обратиться в отделение банка по месту ведения счета, либо непосредственно к судебным приставам. Также информацию об аресте можно уточнить на официальном сайте федеральной службы судебных приставов (ФССП).

Одной из самых распространенных причин обращения в службы помощи является захват карты устройством самообслуживания (банкомат, терминал), происходить это может по разным причинам: от технической неисправности самого банкомата, до банальной не-

внимательности клиентов, которые забывают вовремя вытащить карту или попросту ее там оставляют и уходят от устройства. Если банкомат находился в отделении банка, то есть возможность сразу получить свою карту, попросив об этом работников. Если же устройство в ином месте, то за возможностью получения карты нужно будет обращаться в отделение, обслуживающее данный банкомат – информацию об адресе подразделения можно узнать через контактный центр. Однако следует учитывать, что карта поступит в это отделение, только после плановой инкассации банкомата. Еще одним важным моментом, связанным с захватом карты банкоматом, является то, что карту необходимо заблокировать сразу же после изъятия. Так как возможно, что банкомат просто долго обрабатывает запрос, а клиент воспринимает это как захват карты и уходит, после чего карта находится в свободном доступе для третьих лиц и, соответственно, появляется риск мошеннических действий. Заблокировать карту можно, позвонив в службу помощи банка. Когда карта будет снова у клиента на руках, он без труда сможет ее разблокировать также через контактный центр.

Нередки случаи потери и кражи банковских карт. В обоих случаях есть риск мошеннических действий, поэтому нужно немедленно блокировать карту. Особенно если вместе с картой были утеряны/украдены какие-либо документы держателя карты и/или информация о PIN-коде.

Одним из самых распространенных способов мошенничества с банковскими картами на сегодняшний день является SMS-рассылка. Тексты таких сообщений чаще всего содержат информацию о том, что карта заблокирована и предоставлен номер контактного телефона. Если клиент все-таки перезвонил мошенникам и сообщил какую-либо информацию, то уже есть повод блокировать карту во избежание несанкционированных действий по ней. Поэтому клиентам не следует перезванивать по номерам, представленным в SMS-сообщениях, а настоятельно рекомендуется обращаться в банк по номеру, указанному на карте, где специалисты службы помощи предоставят достоверную информацию по его карте.

Выше были приведены наиболее частые вопросы, с которыми сталкиваются специалисты контактного центра банка. Описана суть основных проблем, с которыми могут столкнуться клиенты, а также пути их решения в конкретных ситуациях.

Информация, приведенная в данной статье, может помочь в решении некоторых вопросов клиентам банков и тем самым сэкономить их время.

#### **Список использованных источников**

1. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Колл-центр>.

*Гришина А.Н.  
студентка 3 курса специальности «Банковское дело»  
Научный руководитель: Казакова В. И.,  
преподаватель высшей категории  
Финансово-экономический колледж  
(г. Пермь)*

#### **Сравнительный анализ кредитной карты и потребительского кредита на примере ОАО «Сбербанк России»**

В современном мире кредит – это активный и весьма эффективный «участник» экономических и финансовых процессов. С помощью кредита происходит перелив ресурсов, капитала, создается новая стоимость.



Банковская деятельность – понятие весьма широкое. Но главное в ней является деятельность кредитная – один из важнейших, конституирующих само понятие банка признаков (банк – это, прежде всего и главным образом организация кредитная) [1].

Возможность и необходимость (потребность) существования экономического явления как кредит, связаны с объективно протекающими в хозяйстве устойчивыми процессами взаимосвязанных кругооборотов и оборотов индивидуальных капиталов.

Кредит – это сделка, заключаемая между кредитной организацией и заемщиком, по предоставлению денежных средств кредитором заемщику в виде ссуды на определенных условиях. В современных условиях клиенты банка чаще пользуются двумя услугами по вопросам кредитования: кредитными банковскими картами и потребительским кредитом [2].

Цель работы состоит в проведении сравнительного анализа потребительского кредита и кредитной карты на примере ОАО «Сбербанк России». Для достижения цели поставлены задачи:

1. Рассмотреть отличия потребительского кредита от кредитной карты.
2. Провести показательный анализ потребительского кредита и кредитной карты.
3. Привести социальный опрос клиентов ОАО «Сбербанк России» г. Перми.
4. Представить выводы по результатам опроса.

Кредитная карта – банковская платёжная карта, предназначенная для совершения операций, расчёты по которым осуществляются исключительно за счёт денежных средств, предоставленных банком клиенту в пределах установленного лимита в соответствии с условиями кредитного договора. Банк устанавливает лимит исходя из платёжеспособности клиента. Виды кредитных карт:

- Золотые карты (Visa, MasterCard)
- Карты мгновенной выдачи (Visa & MasterCard «Momentum»)
- Классические карты (Visa Classic, MasterCard Standard)
- Карты «Подари жизнь» (Visa Gold, Visa Classic) [4].

Эмиссия кредитных карт выгодна банкам, так как:

1. банк испытывает меньшую необходимость в разветвленной сети отделений для операций с денежными средствами, так как большую часть этих операций (оплата товаров и услуг, получение/внесение наличности на счёт) клиент может провести самостоятельно;
2. обработка карточных операций более автоматизирована, чем обработка операций по классическим кредитам, что удешевляет их себестоимость;
3. карточные кредиты – более доходный продукт по сравнению с классическими кредитами, за счет всевозможных дополнительных операционных комиссий, возникающих в процессе обслуживания карты (плата за годовое обслуживание, выдачу наличных, предоставление выписок и копий чеков и т.п.). Эти комиссии незаметны и не раздражают клиентов, тем более что у клиента есть выбор (например, не снимать наличные, а оплатить покупку картой), но при достаточном объёме эмиссии представляют довольно значительную статью доходов банка.

Потребительский кредит – это денежные кредиты, выдаваемые банками только заемщикам – физическим лицам на потребительские (непроизводственные) цели.

Классификация (виды) потребительских кредитов: по целевому характеру: на неотложные нужды, на приобретение транспортных средств, образовательные кредиты и другое; по степени покрытия кредитом стоимости приобретаемых товаров: кредиты на полную стоимость приобретаемого товара, кредиты на частичную оплату товара; по технике предоставления: одной суммой и возобновляемые; по срокам выдачи: краткосрочные (сроком до шести месяцев), среднесрочные (сроком до одного года), долгосрочные (сроком более года); по способу погашения: погашаемые разовым платежом (без рассрочки платежа) и в конце срока и погашаемые постепенно (с рассрочкой платежа) [3, с. 329].

Основные отличия потребительского кредита от кредитной карты:

1. Срок кредитования
2. Условия погашения кредита

Показательный анализ:

<u>Процентная ставка</u>	
<b>Потребительский кредит</b>	<b>Кредитная карта</b>
В зависимости от вида потребительского кредита от 17% до 25,5 %.	В зависимости от специальных условий от 17% до 24%.
<u>Срок возврата/условия погашения кредита</u>	
<b>Потребительский кредит</b>	<b>Кредитная карта</b>
От 3 месяцев до 5 лет, выплаты производятся ежемесячно, и есть обязательная сумма. лимит (максимальная сумма)	Выпускается на 1-3 года, выплаты производятся ежемесячно, и есть обязательная сумма.
<b>Потребительский кредит, тыс.руб</b>	<b>Кредитная карта, тыс.руб</b>
3000	До 200, держателям «золотой» карты до 500
<u>График платежей</u>	
<b>Потребительский кредит</b>	<b>Кредитная карта</b>
Ежемесячно	Льготный период кредитования – 50 дней. Вы можете гибко регулировать даты и размер очередного взноса.
<u>Расходы по обслуживанию</u>	
<b>Потребительский кредит</b>	<b>Кредитная карта</b>
Включены в ежемесячный платеж	Суммы меняются в зависимости от количества и содержания операций по карте и в зависимости от вида карты. В среднем обслуживание в год 750 руб.
<u>Безопасность</u>	
<b>Потребительский кредит</b>	<b>Кредитная карта</b>
Риск мошенничества	Риски по кредитным картам заключаются в повышенных комиссиях и переплатах.

Также проведен опрос среди клиентов ОАО «Сбербанк России» в возрасте от 20 до 50 лет. Клиентам были заданы следующие вопросы:

1. Как Вы думаете, что выгоднее: кредитная карта или потребительский кредит и почему?

2. Как Вы думаете, что удобнее в финансовом плане: кредитная карта или потребительский кредит и чем именно?

3. Что для Вас предпочтительней: кредитная карта или потребительский кредит?

По итогам опроса выявлено:

1) 60% опрошенных ответили, что потребительский кредит выгоднее, чем кредитная карта, потому что у потребительского кредита ниже процентная ставка.

2) 62% опрошенных ответили, что кредитная карта удобнее потребительского кредита, так как картой можно воспользоваться в любом супермаркете, на АЗС и оплатить любую мелкую покупку, и у него есть льготный период, во время которого не начисляются проценты.

3) 65% опрошенных ответили, что пользуются потребительским кредитом.

По результатам опроса и сравнительного анализа по всем показателям можно сделать вывод, что потребительский кредит выгоднее и им чаще пользуются, а значит – клиенты больше доверяют такому виду кредита, нежели кредитной карте.

#### **Список использованных источников**

1. Федеральный закон № 17 – ФЗ от 03.02.1996 «О банках и банковской деятельности».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Полный текст (части первая, вторая, третья и четвертая). – М.: Юркнига, 2013. – 500 с.
3. Тавасиев, А.М. Банковское кредитование / А.М. Тавасиев. – Москва.: ИНФРА-М, 2012. – 656 с.
4. Официальный сайт ОАО «Сбербанк России» – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sberbank.ru/perm/ru/person/>

*Грязнова Т.А.  
студентка 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Юсупова О.А. канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения,  
Институт менеджмента и экономики  
(г. Омск)*

#### **Банкоматные мошенничества с пластиковыми картами**

Банковские платежные системы в настоящее время представляют собой инфраструктуру, работающую по всему миру. Миллионы людей могут свободно путешествовать с одной банковской картой. Не приходится заботиться об обмене валюты, потому что банковская система производит обмен валюты автоматически.

По данным ЦБ доля безналичных операций в общем объеме операций, совершенных с банковскими картами более 22%, и она растет. Российский карточный рынок развивается колоссальными темпами: почти 40% ежегодного прироста. На 1 января 2013 года количество карт, эмитированных российскими банками, составило 240 миллионов штук, из них активны 75% [1].

Широкая востребованность данного способа расчетов стимулирует интерес мошенников к данному сегменту рынка. Число махинаций с картами в банкоматах за последние полтора года резко увеличилось: банкоматные мошенничества только в первом квартале прошлого года сопоставимы с результатом за весь 2012 год. Согласно статистики ЦБ РФ, на первом месте находятся хищения через терминалы – это до 58% объема всех потерь [1]. Второе место в списке отведено банкоматам – 40% всех хищений. Третье место принадлежит потерям во время расчетов посредством электронных денег. Однако сумму в 2% сложно назвать высокой.

Наиболее распространенные виды мошенничества с банковскими картами в 2009-2013 гг. представлены на рис. 1:

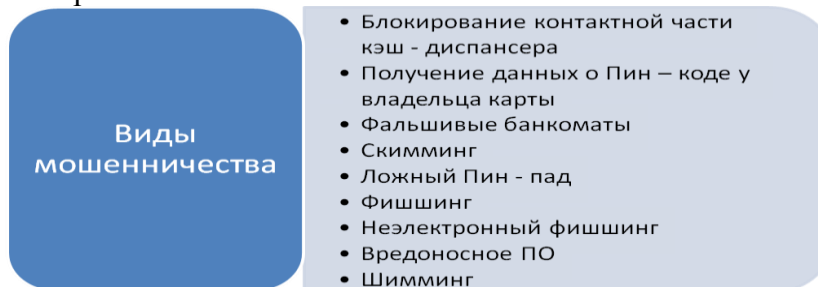


Рисунок 1 – Способы мошеннических действий с пластиковыми картами

Рассмотрим данные способы более подробно.

1. Блокирование мошенниками контактной части кэш-диспенсера: скотчем заклеивается часть банкомата, выдающая наличные, в результате чего при попытке снятия наличных банкомат их не выдает. Введенный в заблуждение владелец приходит к выводу, что банкомат не исправен, забирает карту и уходит искать другой банкомат. После этого мошенник, внимательно наблюдавший за ним, отклеивает скотч и забирает деньги.

2. Получение данных о Пин-коде у владельца карты обманным путем:

- Оглашение сведений о Пин-коде самим держателем карты, когда запись Пин-кода на карте или каком-либо носителе (лист бумаги, записная книжка, мобильный телефон), хранимом вместе с картой оказывается в руках мошенника.

- Дружественное мошенничество, когда в собственных целях используется карта членов семьи, близких друзей, коллег по работе с предварительной осведомленностью о Пин-коде.

- Подглядывание из-за плеча, когда мошенник может узнать Пин-код держателя банковской карты, подглядывая из-за его плеча, пока тот вводит код в банкомате. Затем злоумышленник осуществляет кражу карты и использует ее в своих целях.

- «Ливанская петля», когда мошенниками используется небольшой отрезок фотопленки, который складывается пополам, края загибают под углом в 90 градусов и вставляется в банкомат. На нижней стороне фотопленки на определенном расстоянии от края вырезается небольшой лепесток, отогнутый вверх по ходу карты. Пленка располагается в картридере так, чтобы не мешать проведению транзакции. Отогнувшийся лепесток не позволяет банкомату выдать пластиковую карту обратно. Таким образом, совершив операцию, владелец карты не может получить её обратно из банкомата. В это время подходит «советчик», который рекомендует срочно обратиться в сервисную службу. Владелец карты уходит, а тем временем «советчик», видевший как он набирал Пин-код, вытаскивает карту и снимает деньги.

3. Установка и эксплуатация фальшивых банкоматов. Мошенники разрабатывают и выпускают фальшивые банкоматы, либо переделывают старые, которые выглядят как настоящие. Размещаются банкоматы в наиболее оживленных местах. После введения карты и PIN-кода обычно на дисплее фальшивого банкомата появляется надпись, что денег в банкомате нет или, что банкомат неисправен. К тому времени злоумышленниками копируется с магнитной полосы карты информация о счете данного лица и его персональный идентификационный номер.

4. Копирование магнитной полосы пластиковой карты (скимминг). Данный вид мошенничества предусматривает использование особых видов устройств, считывающих информацию с магнитных полос карт. Обычно это специально изготовленные клавиатуры, которыми накрывают существующие. Законный держатель банковской карты проводит операцию с вводом персонального идентификационного номера, в это время, дополнительно установленное устройство считывает и записывает информацию на магнитной полосе, т.е. у злоумышленников появляется данные необходимые для дальнейшего изготовления поддельной карты и ее использовании в своих целях.

По данным экспертной АТМ-группы Ассоциации российских членов Europay (АРЧЕ), в первом квартале 2012 года было выявлено всего 40 случаев скимминга, в четвертом квартале – уже 184 случая, а всего за год – 397. В 2013 году только за первый квартал выявлено 362 таких случая. Ежеквартальный рост данного показателя составляет от 46% до 91%. Статистика АРЧЕ вполне репрезентативна, поскольку данные о банкоматных мошенничествах с картами основаны на информации, получаемой примерно от 20 крупнейших банков, на которые приходится около 90% всех банкоматов в РФ [2]. По данным ЦБ РФ, на 1 января 2013 года в России насчитывалось 184 тыс. банкоматов [1].

5. Установка ложного Пин-пада. Держателю карты может быть предложено, ввести Пин-код не в настоящий Пин-пад (устройство для ввода Пин-кода), а в его имитацию, которая запомнит введенный код. Такие ложные устройства иногда устанавливаются рядом со

считывающими датчиками, предназначенными для прохода в помещение с банкоматом с использованием в качестве идентификатора (электронного ключа) банковской карты.

6. «Фишинг» – это схема мошенничества, в результате которой злоумышленникам путем обмана становятся доступны реквизиты банковской карты и Пин-код. Чаще всего используется в виде рассылки через Интернет писем от имени банка или платежной системы с просьбой подтвердить указанную конфиденциальную информацию на сайте организации. Одной из разновидностью «фишинга» является «вишинг». Это голосовой «фишинг», использующий технологию, позволяющую автоматически собирать информацию, такую как номера карт и счетов. Мошенники моделируют звонок автоинформатора, и пытаются любым способом выманить информацию о карте у держателя.

7. Неэлектронный фишинг. Данный вид мошенничества связан с осуществлением покупок в торговых организациях посредством обязательного ввода Пин-кода. Держатели платежных карт совершают покупки товаров, получают услуги либо снимают денежные средства в кассе банка. Операции производятся с использованием банковских микропроцессорных карт и сопровождаются видением клиентом своего Пин-кода. Сотрудники мошеннических предприятий негласно копируют информацию с магнитной полосы карты и производят запись персонального идентификационного номера. Далее мошенники изготавливают поддельную банковскую карту, и в банкоматах производится снятие денежных средств со счета клиента.

8. Вирус, поражающий банкоматы – он отслеживает производимые операции и ворует информацию с пластиковых карт, передавая ее мошенникам.

По данным компания Visa, уровень мошенничества в России в 10 раз ниже, чем в мире. Согласно проведенным весной этого года опросам Национального агентства финансовых исследований, 74% россиян – держателей карт никогда не сталкивались с мошенничеством с банковскими картами, 26%, соответственно, сталкивались.

По данным международной компании FICO, собирающей информацию о банковских мошенничествах, Россия находится на пятом месте по таким потерям в мире – в 2012 году они составили 91,4 млн. Само же число банковских карт в стране увеличилось за последний год на 19,6%, что предоставляет злоумышленникам широкое поле деятельности.

В 2014 году вступает в силу статья 9 закона «О национальной платежной системе», которая устанавливает обязанность банка по информированию клиента о каждой транзакции по карте путем направления уведомления [3]. Однако держателям карт не помешают дополнительные меры «самозащиты» от мошенников, такие как: бдительность, регулярный контроль счета, постоянная связь с банком. Только так можно своевременно выявить мошенническую транзакцию и оспорить ее.

#### **Список использованных источников**

1. Сайт Центрального Банка Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>

2. Деменьтева К. Число банкоматных мошенничеств в России за год выросло в 9 раз // Издательский дом Коммерсант. 2012. №80 (4865). С. 19 – 23.

3. Ренселаева К. Мошенничество с банковскими картами: как вернуть украденные деньги. 2013. Режим доступа: <http://www.anti-malware.ru/node/10772>

*Губина Е.С.  
студентка 3 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия  
(г. Пермь)*

### **Особенности внешнего долга Российской Федерации**

В современных условиях в Российской Федерации бюджет исполняется с дефицитом. Основными источниками финансирования государственного дефицита являются госзаимы.

Государственный заем – передача в собственность Российской Федерации денежных средств, которые Российская Федерация обязуется возвратить с уплатой процента на сумму займа [1, с. 71]. Различают внешние и внутренние госзаимы. В результате государственных займов формируется государственный долг, внешний и внутренний соответственно.

*По данным представленным Минфином за 2012 год объем внутренних государственных займов превышает объем внешних государственных займов, при этом наблюдается тенденция роста внутреннего долга. Говорить же об определенной тенденции внешнего долга либо к росту, либо к сокращению не предоставляется возможным. Это обусловлено тем, что на определенных этапах развития экономики он, то сокращается, то увеличивается. В связи с этим вопрос рассмотрения структуры и динамики объема внешнего долга представляется актуальным.*

Государственный внешний долг – обязательства РФ, возникшие в иностранной валюте. Такой долг носит политический характер и является своего рода инструментом внешней политики [3, ст. 156]. Он формируется из задолженности перед членами Парижского клуба, бывшими странами СЭВ, коммерческой задолженности бывшего СССР, задолженности перед Международными финансовыми организациями (МФО), по внешним облигационным займам (еврооблигациям) и по облигациям внутреннего государственного валютного займа (ОВГВЗ), а так же госгарантии РФ в иностранной валюте.

Самый активный период погашения долгов приходится на 2004-2008 годы [2]. Это явление связано с высоким уровнем цен на нефть на мировом рынке.

Таблица 1 – Состав государственного внешнего долга Российской Федерации, млн. долларов США (по данным Минфин)

<b>Категория долга</b>	<b>2007 г.</b>	<b>2008 г.</b>	<b>2009 г.</b>	<b>2010 г.</b>	<b>2011 г.</b>	<b>2012 г.</b>
Государственный внешний долг РФ	44 900,0	40 600,0	37 641,0	39 956,9	35 801,4	50 769,2
Задолженность перед официальными кредиторами – членами Парижского клуба	1 800,0	1 400,0	999,8	779,2	549,0	327,1
Задолженность перед официальными кредиторами – не членами Парижского клуба	2 200,0	1 900,0	1 820,4	1 721,0	1 447,8	1 096,1
Задолженность перед официальными кредиторами – бывшими странами СЭВ	1 500,0	1 400,0	1 300,1	1 113,4	1 000,6	991,1
Коммерческая задолженность бывшего СССР	700,0	1 200,0	830,5	55,8	55,8	22,9
Задолженность перед МФО	5 000,0	4 600,0	3 793,9	3 142,8	2 531,5	2 026,2
Задолженность по внешним облигационным займам	28 600,0	27 700,0	26 239,6	30 456,5	29 183,4	34 910,4
Задолженность по ОВГВЗ	4 500,0	1 800,0	1 775,3	1 774,9	24,4	5,6
Госгарантии РФ в иностранной валюте	600,0	600,0	881,4	913,3	1 008,9	11 389,8

На протяжении периода с 2007 г. по 2012 г. государственный внешний долг не постоянен. С 2007 года по 2009 год включительно государственный внешний долг имеет тенденцию к снижению. В предкризисный 2007 год он составляет 44 900,0 млн. долл. США, в 2008 году долг сократился на 4 300,0 млн. долл., это говорит о том, что для решения проблем возникших в результате кризиса РФ не прибегала к внешним заимствованиям. В последующий 2009 год, РФ также продолжила снижение внешнего долга, он составил 37 641,0 млн. долларов, что на 2 959,0 млн. долларов меньше чем в предыдущем году. В 2010 года, внешний долг имеет тенденцию к росту, по отношению к предыдущему году он увеличился на 3 795,5 млрд. долларов, и составил 39 956,9 млн. долларов. В 2011 году долг сократился на 4 155,5 млрд. долларов, и составил 35 801,4 млрд. долларов, а 2012 году величина госдолга резко возросла на 14 967,8 млрд. долларов и составила 50 769,2 млрд. долларов.

Резкий скачок связан с увеличением задолженности по внешним облигационным займам и государственных гарантий РФ в иностранной валюте. Рост внешних облигационных займов объясняется политикой Минфина РФ, предусматривающей погашения долгов переводом из в внешние облигационные обязательства. Госгарантии в 2012 году выросли примерно в 11 раз по сравнению с 2011 годом. Это объясняется тем, что увеличением объемов предоставления указанных госгарантий и их исполнением в рамках государственных гарантий Российской Федерации на 2011 – 2013 годы, в том числе в части оказания поддержки экспорта российской промышленной продукции.

Основным источником внешнего долга является задолженность по еврооблигациям и перед МФО. В 2012 году к этому перечню добавились государственные гарантии РФ в иностранной валюте.

На протяжении периода с 2007 по 2012 год задолженность по еврооблигациям не была менее 63%. Это говорит о том, что российские федеральные и муниципальные власти, а также предприятия сильно интересуются рынком еврооблигаций, как одним из возможных факторов привлечения капитала. Помимо огромной емкости, евроорынок привлекателен ещё и тем, что позволяет эмитентам снижать издержки за счет проведения арбитражных операций, использования различий в валютных курсах, в процентных ставках, а также за счет налоговых льгот. Так, в 2007 году она составляла 63,7%, от всего внешнего госдолга, что в стоимостном выражении соответствует 28 600 млн.долларов, в 2008 году – 68,2% или 27 700 млн.долларов, в 2009 году – 69,7% или 26 239,6 млн.долларов, в 2010 году – 76,2% или 30 456,5 млн.долларов, в 2011 году – 81,5% или 29 183,4 млн.долларов, в 2012 году – 68,8% или 34 910,4 млн.долларов.

Задолженность перед международными финансовыми организациями имеет тенденцию к сокращению. За исследуемый период объем задолженности уменьшился приблизительно в 2,5 раза, что в стоимостном выражении соответствует 2 973,8 млн.долларов США. В большей степени долг перед МФО представлен как долг перед Международным банком реконструкции и развития. По мнению экономического обозревателя РИА Новости Михаила Хмелева, это самый дешевый в обслуживании долг из имеющихся у России обязательств.

Основные направления государственной долговой политики Российской Федерации на 2013 – 2015 гг. предусматривают дефицит федерального бюджета, и как следствие наличие государственных заимствований, как внешних, так и внутренних, для его покрытия. Планируется, что объем внешних займов в 2013 году будет в 2,8 раза меньше объема внутренних займов и составит 157,9 млрд.рублей, в 2014 году – меньше в 2,4 раза и составит 164,9 млрд.рублей, в 2015 году – в 2,8 раза и составит 107,9 млрд.рублей. Государственной политикой предусмотрено сокращение внешнего долга с 2013 года по 2015 год на 50 млрд.рублей [4]. Такая политика объясняется тем, что внутренний долг выгоднее внешнего, так как он накапливается в рублях, а не в иностранной валюте.

«Российский долг отличается надежностью, большая ликвидность и приличная доходность. Например, по еврооблигациям доходность находится в диапазоне 4,5-5% в долла-

рах, что является весьма привлекательной величиной. Для сравнения – доходность бумаг Испании и Португалии может превышать 7%. Более низкая доходность российских бумаг говорит об их надежности, и объем торгов составляет десятки миллионов долларов в день [5]», – отмечает управляющий портфелями ЦБ УК «СОЛИД Менеджмент» Максим Семянин.

В результате резкого снижения внешнего долга с 2007 года по 2011 год почти на 10 млрд. долларов и быстрого роста экономики РФ по сравнению с другими странами, Россия постепенно превращается в страну-кредитора. Так, в 2011 Кипр получил от России кредит в размере 2,5 млрд. евро на 4,5 года под 4,5 % годовых, в то время как европейские страны отказывались предоставить кредит под менее чем 15 % годовых. В 2008 году Россия предоставила кредит Исландии в размере 4 млрд. евро. В августе 2007 года Россия превратилась в держателя долговых обязательств правительства США и т. д. [2]. За пять лет доля России на этом рынке возросла с 0 % до 3 %.

Таким образом, в России можно выделить следующие особенности внешнего государственного долга:

- Основным источником внешнего госдолга: задолженность по внешним облигационным займам и перед МФО.
- За исследуемый период наблюдается тенденция к сокращению задолженности перед официальными кредиторами, перед МФО и по ОВГВЗ, коммерческой задолженности бывшего СССР, также наблюдается тенденция к росту задолженности по внешним облигационным займам, а так же по госгарантиям РФ в иностранной валюте.
- Россия постепенно превращается в страну-кредитора.

#### **Список использованных источников**

1. Бондарь, Е.А. Финансовое право России: учеб. пособие / Е.А. Бондарь, Д.М. Столповский. – Нижегородская академия МВД России. – Н. Новгород, 2012. – 112 с.
2. Внешний долг России / Википедия: свободная энциклопедия Электронный ресурс URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения 10.11.2013)
3. Николаева, Т.П. Бюджетная система РФ. Учебно-методический комплекс. – М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. – 234 с.
4. Основные направления государственной долговой политики Российской Федерации на 2013 – 2015 гг. / Министерство финансов Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс] URL: [http://www1.minfin.ru/common/img/uploaded/library/2012/12/DOLGOVAYA\\_POLITIKA\\_ROSSIYSKOY\\_FEDERATSII\\_NA\\_2013-1015.pdf](http://www1.minfin.ru/common/img/uploaded/library/2012/12/DOLGOVAYA_POLITIKA_ROSSIYSKOY_FEDERATSII_NA_2013-1015.pdf) (дата обращения 05.11.2013).
5. Российские долги кому и сколько должна страна / dp.ru [Электронный ресурс] URL: <http://www.dp.ru/102grh/> (дата обращения 10.11.2013)
6. Россия и МВФ: смена ролей / РИА Новости [Электронный ресурс] URL: <http://ria.ru/economy/20070417/63819332.html> (дата обращения 15.01.2014)

*Дорошенко А.Г.  
студентка 4 курса факультета управления в экономических и социальных системах  
Научный руководитель: Шаронина Л.В., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. инженерной экономики  
Инженерно-технологическая академия Южного федерального университета  
(г. Таганрог)*

#### **Автокредитование в России: итоги 2013 г.**

В настоящее время наиболее актуальной стала тема автомобильного кредитования. С каждым годом доля автомобилей, купленных в кредит, неуклонно растет, процентные ставки снижаются, а условия и качество предоставления автокредита улучшаются, ввиду высокой конкуренции между банками в этой области. Цель работы – провести анализ существующих программ автокредитования для населения, предоставляемых банками в целом по России и Ростовской области за 2013г. По данным аналитического агентства «Ав-



тостат», за последние 15 лет российский автомобильный рынок прошел следующие этапы: стабильность – быстрый рост – кризис 2008 г. – восстановление. В 2013 г. российский авторынок вышел на уровень 2,6 млн. новых легковых автомобилей (-5,4%) [4]. Восстановление авторынка связано с активным развитием рынка автомобильного кредитования. Государственная политика льготного автокредитования, направленная на увеличение спроса на новые автомобили, произведенные в России, приносит свои результаты. Снижение ставок по кредитам, подводят отечественный автомобильный рынок к дополнительному спросу за счет кредитных денег. Для этого есть несколько причин: во-первых, это восстановление рынка кредитования после кризиса; во-вторых, рост конкуренции в банковском секторе ведет к появлению доступных россиянам программ.

Программа государственной поддержки льготного автокредитования работает в России с 2009-2012гг. Государство субсидирует банкам величину процентной ставки, а те в свою очередь выдают дешевые автокредиты. Для получения льготного автокредита необходимо внести предоплату не менее 15% от стоимости машины, при этом цена покупаемого автомобиля не должна была превышать 600 тыс. руб. На выбор предоставляется ряд моделей авто, производимых на территории РФ и утвержденных Минпромторгом. В итоге к концу 2011 г. выдано 263 тыс. кредитов против ожидаемых 200 тыс. В 2012г. российский рынок автокредитования вырос на 20% и достиг 26 млрд. долл. С 01.07.2013г. Минпромторг запускает в действие обновленную программу автокредитования. Требования для «льготников» становятся более выгодными. В частности, максимальная цена автомобилей, подпадающих под программу, увеличена до 750 тыс. рублей. Срок действия кредитного договора – не более 36 месяцев [6, 7]. С 01.01.2014г. данная программа автокредитования остановлена. Результаты: удалось сократить падение производства авто с 17% в первом полугодии 2013г. до 2,9% по итогам 10 месяцев этого года; в период с июля по ноябрь 2013 г. в кредит по льготной ставке реализовано более 184 тыс. автомобилей. Всего по итогам 2013 г. по программе продано около 248 тыс. машин, что превышает первоначальный прогноз на 15% [5].

По итогам третьего квартала 2013г. по данным Национального бюро кредитных историй доля кредитных продаж в реализации новых автомобилей в России достигла исторического максимума – почти 46%. На 01.10.2013г. зафиксировано 2,6 млн. действующих автокредитов общим объемом 1,3 трлн. рублей. За первые девять месяцев 2013 г. объем автокредитования вырос на 17,07% против суммарного роста розничного кредитования в 28,43%. Стоит отметить, что эта разница год от года сохраняет свои пропорции, поскольку проценты по автокредитам, обеспеченным залогом, традиционно ниже, чем ставки по беззалоговым потребительским кредитам.

По данным агентства «Автостат», в 2013 г. продажи новых автомобилей в России (2,6 млн. штук) сократились на 5,6% по сравнению с 2012 г. Средняя цена автомобиля составила 900 тысяч рублей (+6%). При снижении объемов финансовая емкость рынка осталась примерно на уровне 2012 г. и составила 2,34 трлн. руб. [7].

Оформить автокредит с каждым годом становится проще. По ряду программ достаточно предъявить паспорт, заявление на предоставление автокредита при наличии водительское удостоверение, заверенную копию трудовой книжки, справка о доходах за последние 6 мес. [1,2,3]. С учетом того, что приобретенный автомобиль выступает в качестве залога, такой подход нельзя назвать рискованным. Способствуют росту автокредитования и производители машин. Именно совместные программы банков и автоконцернов наиболее привлекательны для клиентов. Заемщик, прежде чем оформить автокредит, изучает различные предложения, а потом выбирает автомобиль. Некоторые производители работают совместно с банками, предлагая наиболее выгодные условия.

Таблица 1 – Условия предоставления автокредита банками в 2013г. [1,2,3]

Банк	Минимальный взнос	Срок кредита	Годовая % ставка на новый авто	Годовая % ставка на старый авто
Россельхозбанк	от 10%	до 5 лет	от 13,5%	от 14,5%
ВТБ 24	от 15%	до 7 лет	от 14,5%	от 15,5%
Сбербанк	от 15%	до 5 лет	от 14,5%	от 15,5%

Существуют партнерские программы автокредитования как с отечественными, так и с иностранными автопроизводителями. Сбербанк сотрудничает по одиннадцати программам льготного автокредитования с такими автомобильными марками, как Audi, Hyundai, Opel, Chevrolet, Mitsubishi, KIA, LADA, ГАЗ, Lexus, Seat, Skoda и Volkswagen. Процентные ставки от 14,5% до 16% годовых в рублях на покупку нового автомобиля и от 15,5% до 17% годовых на покупку поддержанного автомобиля, также могут предоставляться дополнительные скидки со стороны автопроизводителя [1].

ВТБ 24 предлагает девять программ автокредитования с автомобильными марками Hyundai, Jaguar – Land Rover, KIA, Lada, Sollers, Subaru, Suzuki, ГАЗ и Mitsubishi. Процентные ставки по специальным программам от 14,5% до 16,5% годовых – в зависимости от марки автомобиля, первоначального взноса, срока рассмотрения заявки и способа подтверждения дохода, есть некоторые программы без первоначального взноса. По стандартным программам автокредитования ВТБ24 ставки составляют от 13% до 17% годовых в рублях. Льготные условия партнерских программ обеспечиваются тем, что участие в них выгодно всем сторонам: заемщик получает кредит на привлекательных условиях, дилеры увеличивают объемы продаж, а банк увеличивает поток клиентов [2]. Итак, по программам автокредитования прослеживаются преимущества: 1) более низкая процентная ставка по кредиту, 2) дополнительные скидки от автопроизводителя.

По данным Минпромторга России объемы продаж отечественных и импортных автомобилей по Программе льготного автокредитования в декабре 2013г. представлены на рис.1 [6]. Наибольшую долю рынка по продажам автомобилей в кредит составляют отечественные автомобили (38%).

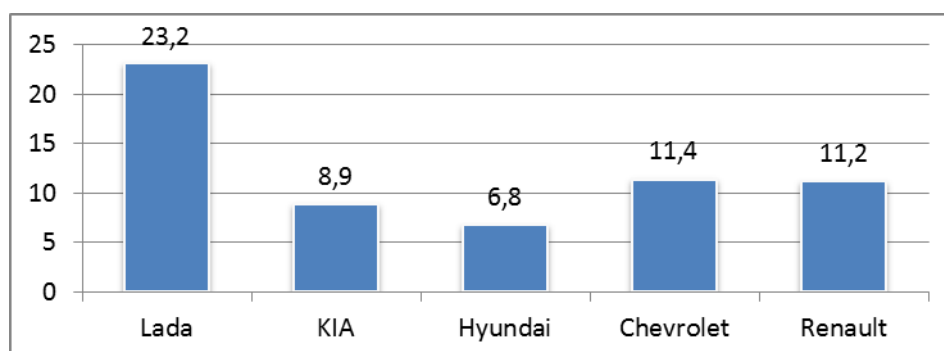


Рисунок 1 – Объемы продаж автомобилей в кредит

Доля автокредитов, выданных банками России в декабре 2013 г., представлена на рис. 2.

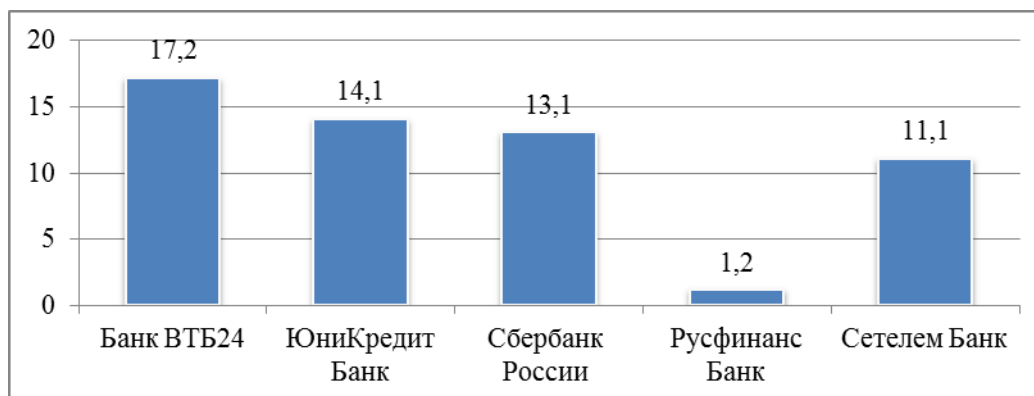


Рисунок 2 – Удельный вес автокредитов, предоставленными банками в России

Рассмотрим состояние автокредитования коммерческими банками в Ростовской области в 2013г. Крупные банки в Ростовской области также отмечают положительную динамику на рынке автокредитования. Ставка по автокредитам установилась в среднем на уровне 15 – 17% годовых [4]. Объем выданных автокредитов в Ростовской области, лидирующими банками за первую половину 2013г. (рис. 3) [1, 2].



Рисунок 3 – Объем автокредитов в Ростовской обл., млн. руб.

Таким образом, автокредитование в России в настоящее время активно развивается. Количество автомобилей, купленных за счет кредитных средств – постоянно растет. Наиболее привлекательными продуктами в автокредитовании являются приобретение автомобилей отечественного производства и приобретение автомобилей по партнерским программам банков и автопроизводителей, основные преимущества которых – более низкая процентная ставка по кредиту и дополнительные скидки от автопроизводителя.

#### Список использованных источников

1. Автокредит в Сбербанке РФ. – Режим доступа: <http://www.sberbank.ru/>
2. Автокредит ВТБ24. – Режим доступа: <http://www.vtb24.ru/>
3. Автокредит Россельхозбанк. – Режим доступа: <http://www.rshb.ru/>
4. Аналитическое агентство Автостат. – Режим доступа: <http://www.autostat.ru/>
5. Клерк.Ру. – Режим доступа: <http://www.klerk.ru/bank/news/347091/>
6. Минпромторг России. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/>
7. Новая государственная Программа льготного автокредитования – 2013: условия и особенности! – Режим доступа: <http://probeg.com/2013/novaya-gosudarstvennaya-programma-lgotnogo-avtokreditovaniya-2013-usloviya-i-osobennosti/>

*Князева М.В.*  
*студентка 3 курса факультета экономики и управления*  
*Научный руководитель: Глухова В.И., канд. экон. наук, доцент,*  
*зав. кафедрой финансов и кредита*  
*Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского*  
*(г. Кременчуг, Украина)*

#### Анализ рынка негосударственного пенсионного обеспечения России

Современные мировые тенденции старения населения актуализируют вопросы, связанные с реформированием системы пенсионного обеспечения, финансовое состояние которой в высокой степени подвержено изменениям демографических диспропорций.

С целью стабилизации национальной пенсионной системы в 2002 году был введен в действие Федеральный закон от 17.12.2001 № 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» [1], согласно которому в систему государственного общеобязательного пенсионного обеспечения впервые введен в структуру формирования пенсии накопительный элемент, формирующийся за счет сумм страховых взносов, уплачиваемых страхователями

за застрахованных лиц на накопительную часть трудовой пенсии и дохода от их инвестирования. Инвестирование средств пенсионных накоплений осуществляет Пенсионный фонд через управляющие компании, выбранные гражданами, или негосударственные пенсионные фонды (НПФ).

Введение НПФ в систему обязательного пенсионного обеспечения актуализировало вопросы об ужесточении требований к прозрачности финансовой деятельности, её эффективности и повышении качества предоставляемых услуг.

В условиях трансформационных процессов и жесткой конкуренции на рынке финансовых услуг посредники вынуждены оперативно адаптироваться к изменениям в экономическом пространстве. Сегодня рынок финансовых услуг представлен более 130 организациями по предоставлению услуг негосударственного пенсионного обеспечения и наиболее масштабными из них являются такие «гиганты», как НПФ «Лукойл – гарант», НПФ «Благосостояние», НПФ электроэнергетики, НПФ «Газфонд», НПФ Сбербанк и пр.

Эффективность финансовой деятельности НПФ можно оценить через показатели инвестиционной деятельности. Согласно представленным данным службой Банка России по финансовым услугам [2], наибольший номинальный доход наблюдается в НПФ «Лукойл-гарант» и НПФ «Благосостояние», которые составили 6 940,1 и 6 083,8 млн. руб. соответственно, что связано с высокими пенсионными накоплениями фондов: 91 838, 5 и 84 181, 2 млн. руб. соответственно [2]. При инвестировании пенсионных накоплений основная доля дохода составляют дивиденды и проценты (доходы) по ценным бумагам, банковским депозитам и денежным средствам на счетах в кредитных организациях, поскольку данные инвестиции наименее подвержены рискам и не требуют постоянных финансовых манипуляций и спекуляций.

Высокий показатель доходности также имеют НПФ электроэнергетики, НПФ «Газфонд», НПФ Сбербанка, чья финансовая деятельность также основана на наиболее безопасной стратегии.

С целью диверсификации рисков инвестиционная деятельность распределена между управляющими компаниями (УК), которые также специализируются на размещении пенсионных накоплений и/или их инвестировании. Оценить их финансовую надежность и эффективность инвестиционной деятельности позволяет международное экспертное агентство «Эксперт РА» [3].

НПФ «Лукойл – Гарант», НПФ «Благосостояние», НПФ Сбербанк, НПФ электроэнергетики и НПФ «Газфонд» распределяют обязанности инвестирования между такими УК, как ООО «УК «Альфа – капитал», ЗАО «ВТБ Капитал Управление Активами», ООО «УК «КапиталЪ», Райффайзен Капитал, ООО «РЕГИОН Траст», ЗАО «Сбербанк Управление активами», ТKB БНП Париба Инвестмент Партнерс, ООО «УК «Атон-менеджмент» и др. Данные УК имеют исключительно высокий/ наивысший уровень надежности и качества услуг (А++). Компании предоставляют полный спектр услуг по управлению активами, комплексно управляют рисками, а также имеют многоступенчатую систему контролей принятия инвестиционных решений [3].

С целью наиболее детального исследования эффективности инвестиционной деятельности НПФ необходимо более детально изучить структуру инвестиционного портфеля НПФ.

Как свидетельствует рисунок 1, наибольшую долю инвестиционного портфеля составляют облигации российских эмитентов, государственные ценные бумаги субъектов РФ денежные средства в банковских депозитах. Данная ситуация объясняется высоким уровнем надежности вложений, высокими гарантиями получения прибыли. Кроме того, инвестирование капитала в облигации российских эмитентов позволяет способствовать развитию национальной экономики, поддержанию развития отечественного предпринимательства.



Рисунок 1 – Структура инвестиционного портфеля НПФ

Незначительная доля инвестиций (НПФ «Благосостояние» – 1,17%, НПФ Сбербанка – 0,24%) [2] направляется на покупку ценных бумаг международных финансовых организаций, что позволяет также дифференцировать риски, а также привлекать инвесторов с целью развития национальной экономики и создания дополнительных рабочих мест.

Кроме того, о достаточно высоком уровне развития негосударственного пенсионного обеспечения может свидетельствовать численность участников (застрахованных). Наибольшее количество участников негосударственного пенсионного обеспечения застрахованы в НПФ «Лукойл – Гарант» – 2 027 082 чел. (12% от общей численности, застрахованных в негосударственном пенсионном обеспечении), НПФ «Благосостояние» 1 661 773 чел. (10%), НПФ электроэнергетики 754 395 чел. (5%), НПФ Сбербанка и НПФ «Газфонд» 671 982 и 620 431 чел. (4% и 4%) соответственно [2].

Высокий уровень участия граждан в системе негосударственного пенсионного обеспечения объясняется сотрудничеством НПФ с международными корпорациями, для НПФ «Лукойл – Гарант» это:

- Предприятия группы «Лукойл» (одна из крупнейших международных вертикально интегрированных нефтегазовых компаний. Основными видами деятельности Компании являются разведка и добыча нефти и газа, производство нефтепродуктов и нефтехимической продукции, а также сбыт произведенной продукции);

- Федеральное государственное унитарное предприятие – «Объединенный экологический и научно-исследовательский центр по обезвреживанию РАО и охране окружающей среды»;

- Холдинг «Уралхимпласт»;

- Совместное Российско-Вьетнамско-Японское СП «VRJ-Petroleum Co.» (дочерняя компания ОАО «Зарубежнефть»);

- LLC «Desmet Ballestra» (инжиниринговая группа, работающая на разных континентах для масложировой промышленности, а также в различных отраслях органической и неорганической химической промышленности). Для НПФ «Газфонд» это группа учредителей, а именно ОАО «Газпром», ОАО Газпромбанк, ООО «Газпром добыча Уренгой», ООО «Газпром добыча Ямбург» и ООО «Газпром трансгаз Саратов» и пр.

Таким образом, исходя из принципов инвестиционной деятельности негосударственных пенсионных фондов (а именно диверсификация рисков, стабильная прибыльность капиталовложений, высокая ликвидность накоплений) организуется наиболее безопасная стратегия формирования инвестиционного портфеля, которая становится наиболее привлекательна как для физических лиц, так и юридических.

Участвуя в формировании материального уровня жизни пенсионеров, негосударственные пенсионные фонды предоставляют долгосрочный потенциал, который способствует не только повышению благосостояния общества в целом, но и планированию будущих доходов в виде пенсии по индивидуальной программе.

#### **Список использованных источников:**

1. Федеральный закон «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» от 17.12.2001 N 173-ФЗ (ред. от 01.01.2014 г) – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.zakonrf.info](http://www.zakonrf.info)

1. Служба Банка России по финансовым рынкам – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.fcsn.ru](http://www.fcsn.ru)

2. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.raexpert.ru](http://www.raexpert.ru)

*Кобелева М.С.  
студентка 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Юсупова О.А. канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения,  
Институт менеджмента и экономики  
(г. Омск)*

### **О причинах банкротства банков России**

Под несостоятельностью кредитной организации понимается признанная арбитражным судом ее неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей [5].

Три главных нежелательных обстоятельства могут послужить причиной банкротства банка: невозврат ссуды или потеря стоимости других активов, неликвидность и убытки от основной деятельности. Каждое из этих обстоятельств ведет к уменьшению собственного капитала банка. Когда собственный капитал банка падает ниже норматива, банк становится неплатежеспособным: его пассивы (обязательства) превосходят его активы. В этой ситуации ревизоры банков обычно настаивают на том, чтобы банк прекратил свою деятельность.

Прежнее руководство ЦБ снисходительнее относилось к нарушениям тех или иных банков, на несколько месяцев затягивая проверки и давая банкам шанс на исправление. Но в июне 2013 г. пост главы ЦБ заняла Эльвира Набиуллина, и контроль за банковской деятельностью заметно ужесточился. Для убедительной иллюстрации данного утверждения обратимся к сравнительной статистике отзыва лицензий у банков: в период деятельности ЦБ во главе с Сергеем Игнатьевым лицензия была отозвана у 6 банков, когда пост главы ЦБ заняла Эльвира Набиуллина, в период с июля по ноябрь 2013 г. лицензию отозвали у 17 банков. «Мне кажется, в интересах всех очистить банковскую систему от проблемных банков», – заявляла г-жа Набиуллина, в интервью с РБК daily [3].

В 2013 г. в России лицензия была отозвана у тридцати трех банков (Стромкомбанк – Красноярск, НОМОС-Регинбанк – Хабаровск, Инстройбанк – Москва, Трансинвестбанк – Москва, НОМОС-Банк-Сибирь – Новосибирск, Мастер-банк и др.)

Правоохранительные органы сообщали, что массовый отзыв лицензий был обусловлен тем, что руководители ряда коммерческих банков, создали в Москве кредитную организацию, действующую без лицензии и не зарегистрированную в Книге госрегистрации кредитных учреждений Центрального банка России.

Используя подконтрольные этой группе лиц фирмы-однодневки, по поддельным электронным поручениям они переводили денежные средства на счета коммерческих банков, затем перебрасывали деньги на счета других организаций, после чего

обналичивали. За эти операции организаторы взимали с клиентов комиссию в размере 3-7% от сумм платежей. Всего было обналичено более 2 млрд руб.

В отношении участников группы следственными органами были возбуждены уголовные дела по признакам преступлений, предусмотренных ч.2 ст.172 Уголовного кодекса РФ (незаконная банковская деятельность).

Наиболее серьезный общественный резонанс и широкое освещение в СМИ получил отзыв лицензии у Мастер-банка. Банк входил в топ-100 по величине активов (по состоянию на начало ноября этот показатель составлял 80,87 млрд руб.) и занимал 96 место по совокупному размеру вкладов (для физических лиц на 1 ноября – 46,94 млрд руб., для вкладов юридических лиц – 13,11 млрд руб.). Регулятор указал на то, что банком неоднократно нарушались требования закона «О противодействии легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [6].

В большинстве случаев банкротство банков имеет криминальный характер и связано с выводом активов из банков, как правило, с использованием технических активов (к их более современным видам можно отнести ценные бумаги с искусственно завышенными котировками). Последние, в свою очередь, являются основной причиной недостоверности отчетных данных банков, выраженной в существенном разрыве между балансовой стоимостью активов и их рыночной (ликвидационной) стоимостью.

Изучение статистики банковских банкротств позволяет объединить их причины в две основные группы:

1. Внешние – они заключаются в изменении экономических условий в стране и нарушении мирового финансового баланса. Как отмечается в «Обзоре финансовой стабильности» Банком России, в 2013 г. вследствие снижения деловой активности в большинстве ключевых отраслей российской экономики происходит ухудшение качества кредитных портфелей банков [2]. Темпы роста внешнего долга корпоративного сектора опережают темпы финансирования, полученного за счет банковских кредитов и выпуска облигаций. По оценке ЦБ, внешняя задолженность прочих секторов по состоянию на 1 октября увеличилась на 22,3% в годовом выражении. В результате наблюдается массовое снижение рейтинговых показателей кредитных организаций. Так, например, Рейтинговое агентство «Эксперт РА» изменило прогноз по рейтингу КБ «Финансовый Стандарт» со «стабильного» на «негативный», поскольку отмечается отрицательная динамика показателей ликвидности банка на отчетные месячные даты 4 квартала 2013 года (норматив Н2 снизился с 46,1% на 01.10.2013 до 20,7% на 01.12.2013; норматив Н3 снизился с 69,6% до 52,2% за аналогичный период) [1].

2. Внутренние – они являются следствием преднамеренных действий руководства, направленных на создание искусственной задолженности перед клиентами, кредиторами и бюджетными или внебюджетными организациями. В следствие этих причин Банк России принял решение отозвать с 13 декабря 2013 г. лицензию на осуществление банковских операций у Смоленского Банка, который по данным регулятора занимался выводом активов, не исполнял требования надзорного органа о создании резервов на возможные потери, а отчетность, которая была предоставлена ЦБ, была недостоверной. В ней скрывались реальное положение дел кредитной организации и полная утрата капитала [4].

Вышесказанное свидетельствует о необходимости усиления мер пруденциального надзора за кредитными организациями посредством:

- проведения регулярного контроля достоверности отчетных данных посредством выездных проверок.
- регулярной переподготовки и обучения сотрудников регулирующих и правоохранительных органов в сфере противодействия легализации преступных доходов, проведение мероприятий по борьбе с коррупцией в них.

Количество преступлений в финансово-кредитной сфере значительно сократится, при введении запрета на работу в финансовой сфере для лиц, имеющих судимость за экономические преступления и ужесточении наказания за легализацию денежных средств. Со-

гласно действующей правоприменительной практике назначение данной меры становится возможным только в случае, если легализация осуществляется организованной группой и на сумму свыше миллиона рублей. В то время как аналогичное деяние, совершенное на сумму менее миллиона рублей, квалифицируется судом по ч. 1 ст. 174 УК РФ даже в случае действия группы лиц по предварительному сговору или с использованием служебного положения и наказываются принудительными работами на срок до трех лет с ограничением свободы или без него и с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью.

Политика, проводимая ЦБ в данный момент позволит укрепить банковский сектор, и в результате его действий с рынка уйдут недобросовестные банки, а не те, которые станут случайной жертвой ухудшения ситуации с ликвидностью. Кроме того внедрение МСФО и Базель III обеспечит прозрачность отчетности коммерческих банков, позволит повысить капитализацию, в том числе и путем привлечения западных инвесторов.

#### **Список использованных источников**

1. Банкинг России вступил в полосу форс-мажора [Электронный ресурс]//2013.- Режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/s/banking-rossii-vstupil-v-polosu-fors-mazhora-10004374/>
2. Обзор финансовой стабильности Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/analytics/fin\\_stab/finstab201213\\_41r.pdf?pid=fin\\_stab&sid=ITM\\_31265](http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/finstab201213_41r.pdf?pid=fin_stab&sid=ITM_31265)
3. Старостина Н., Алешкина Т., Банкротство Мастер-банка «съест» 13% фонда страхования вкладов//РБК daily – ежедневная деловая газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/finance/562949989667352>
4. Смоленский Банк лишился лицензии [Электронный ресурс]//2013.- Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=5979370>
5. Федеральный закон от 25.02.1999 N40-ФЗ (ред. От 02.07.2013) «О несостоятельности (Банкротстве) кредитных организаций».
6. Федеральный закон от 7 августа 2001 года № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» // СЗ РФ, 2001, № 33

*Кожина О.Н.  
студентка 4 курса факультета экономики и управления  
Научный руководитель: Ховрак И.В., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансов и кредита  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Механизм осуществления расчетно-кассовых операций в банковском учреждении**

Расчетно-кассовое обслуживание – предоставление банком клиенту на основании заключенного между ними договора услуг, которые связаны с переводом средств с или на счета этого клиента, выдачей ему денег в наличной форме, а также осуществлением других операций, предусмотренных договором, форму и содержание которого банк разрабатывает самостоятельно. Денежные средства являются ликвидной частью активов банка, которые используются для уплаты долгов, выполнения взятых обязательств, вложения в новые активы. В бухгалтерском балансе наличные денежные средства отражаются отдельно. Кроме баланса, банки составляют Отчет о движении денежных средств по направлениям: основная, инвестиционная, финансовая деятельность. Кассовая работа в коммерческих банках организуется по Инструкции о кассовых операциях в банках Украины № 337 от 14 августа 2003 года [1]. Для удовлетворения потребности предприятий, ор-



ганизаций и физических лиц-клиентов банка в наличных средствах создается специальное структурное подразделение, в состав которого входит операционная касса и хранилище.

Операционная касса – это помещение банка, где осуществляется весь комплекс операций с наличными средствами: прием, выдача наличных, обмен денежных купюр на монету, операции с наличной иностранной валютой, изъятия из обращения сомнительных банкнот, обмен непригодных к обращению банкнот на годные, продажи и покупки банковских металлов и т.д. В зависимости от объема и характера операций банки могут самостоятельно в составе операционной кассы выделить следующие подразделения [2; 3]: приходную, расходную, приходно-расходную, вечернюю кассу, кассы перечисления, при предприятиях и организациях или выдачи монет.

Так, приходные кассы осуществляют прием денег от предприятий, учреждений и физических лиц в течение операционного времени банка. После окончания операционного времени наличную выручку принимают вечерние кассы. Эти кассы также могут осуществлять расходные операции по вкладам и с ценными бумагами после окончания операционного времени.

Расходные кассы обслуживают клиентов банка при наличии у них потребности в денежных средствах, направляемых на выплату заработной платы, оплату расходов и т.п. Если объем денежного оборота небольшой, банк может вместо отдельных приходных и расходных касс создать приходно-расходную кассу.

Кассы на предприятиях и организациях банк открывает по просьбе руководства организаций для приема и обработки денежной выручки. Все предприятия, обслуживающие население, обязаны иметь в кассе определенный банком размер монеты, для выдачи которого банк может организовывать специальную кассу выдачи монеты.

Перечисление больших объемов наличных средств, поступающих в банк, могут осуществлять кассы пересчета. Для хранения наличных денег и других ценностей в коммерческом банке организуется специальное помещение-хранилище ценностей.

Хранилище ценностей – это специально оборудованное помещение, где хранятся наличные национальной и иностранной валют, образцы банкнот, юбилейные, памятные монеты, банковские и дорогостоящие металлы, драгоценные камни, ценные бумаги и другие ценности. Деньги и ценности должны храниться на металлических стеллажах, полках, в сейфах, металлических шкафах, что закрываются. Наличные операционной кассы в хранилище может храниться в колясках, которые замыкает заведующий кассы.

В операционных кассах прием денег осуществляется по таким документам:

- от предприятий, организаций, учреждений и физических лиц – по заявлению на перевод наличности;
- от работников банка за внутрибанковскими операциям – по приходным кассовым ордерам;
- платежи от населения в пользу юридических лиц – по счетам на оплату платежей;
- все другие поступления денег, в том числе и от работников банка, – по приходным кассовым ордерам;
- от юридических и физических лиц для перевода суммы наличности получателю и ее выплаты в наличной форме – по документам, установленным соответствующей платежной системой.

Заявление на перевод наличных – это документ, который состоит из двух частей: заявления на перевод наличности и квитанции. В приходных кассовых операциях указывается дата совершения операции, фамилия, имя, отчество работника банка, название учреждения банка, осуществляющего операцию, буквенный код валюты, сумма денежных средств цифрами и прописью, цели вноса, предъявленных документ, подписи плательщика и банковских работников, которые провели операцию.

Основанием для отражения в учете выдачи денег из кассы банка есть такие первичные документы:

- денежный чек (для выдачи наличности предприятиям, организациям и предпринимателям);
- расходный кассовый ордер (для выдачи наличных сотрудникам банка за внутриванковскими операциями);
- заявление на выдачу наличных (физическим лицам по текущим, вкладным счетам и физическим и юридическим лицам перевод без открытия счета);
- документы, установленные в соответствии платежной системой (получение перевода наличными в национальной валюте юридическими и физическими лицами).

Процесс организации выдачи денег из кассы банка нуждается в тщательном контроле, поэтому во внутреннем положении о порядке проведения кассовых операций этот процесс должен быть подробно изложен. Ответственный работник банка должен проверять правильность оформления документа, наличие подписей и печатей соответствии образцам а также наличие средств на счете клиента для покрытия суммы чека.

Учет кассовых операций, который осуществляется по счету 1001 «Банкноты и монеты в кассе банка». По дебету счета проводятся суммы наличности, вносимой в операционную кассу для зачисления на счета банка и его клиентов, суммы обмененных поврежденных банкнот и дефектной монеты, полученных от клиентов банка, суммы наличности, полученной из учреждений Национального банка Украины и подведомственных учреждений банка. По кредиту счета проводятся суммы наличности, что отправляются в учреждения НБУ и в подведомственных учреждений банка, суммы наличности, которые выдаются обменному пункту, в банкомат, клиентам банка, подотчет и т.п.

Для обеспечения выполнения одной из своих важнейших функций – расчетно-платежной – коммерческие банки осуществляют разнообразные посреднические операции, связанные с обслуживанием движения денежных средств клиентов и основной предпосылкой проведения этих операций является необходимость открытия банками счетов клиентам в национальной и иностранной валютах.

Отдельные недостатки в практике ведения расчетно-кассовых операций объясняется определенной степени тем, что законодательно не предусмотрено разграничение функций региональных управлений НБУ и коммерческих банков, а также единого порядка исполнения коммерческими банками операций по обслуживанию расчетно-кассовых операций и т.д.

Рынок банковских услуг в Украине насчитывает большое количество банков и все они действуют с разной эффективностью. Но впереди всегда те банки, кто безупречно обслуживает клиентов и делает это с минимальными затратами. Оценить эффективность деятельности банка помогает квалифицированно проведенный анализ, который является источником ценной информации для самого банка, потенциальных клиентов и НБУ. Для банка он позволяет оценить эффективность управления, выявить объективную оценку результатов деятельности и перспектив развития, а также определить надежность банков-партнеров, клиентов и корреспондентов. Клиенты, проанализировав опубликованные балансы и отчеты о прибылях и убытках, принимают решение о целесообразности сотрудничества с банком. НБУ на основе анализа деятельности банка прогнозирует ситуацию на кредитных рынках страны, делает выводы об устойчивости и надежности банковской системы в целом, контролирует выполнение банками установленных экономических нормативов.

#### **Список использованных источников**

1. Закон Украины «О банках и банковской деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [rada.gov.ua/ru](http://rada.gov.ua/ru)
2. Банковские операции: учебник / под ред. С.А. Гагарина. – М.: Финансы, 2003. – 59с.
3. Лаврушин О.И. Банковское дело / О.И. Лаврушин. – М.: Финансы и статистика, 2009 – 576 с.

### **Проблемы отмывания денежных средств в банках**

Одной из важнейших проблем денежно-кредитной системы сегодня является отмывание (легализация) денежных средств. Денежно-кредитные институты являются наиболее уязвимой сферой для совершения преступных действия, с целью легализации денежных средств.

И. Антропцева, кандидат юридических наук, определяет отмывание денег, как «перевод денежных средств, полученных преступным путем, в легальные активы для сокрытия законного происхождения возможного именно посредством проведения операций через институты денежно-кредитной системы» [1, с. 65].

Неэффективная борьба с отмыванием денег в большинстве случаев объясняется абсолютным незнанием механизма такого отмывания, так как в разных финансовых организациях очень часто используются различные механизмы отмывания.

И. Антропцева отмечает: «Как правило, денежные средства, полученные преступным путем, размещаются в финансовых институтах с последующим проведением финансовых операций, т.е. происходит сокрытие источника происхождения дохода» [1, с. 65].

«Отмывание» денег с участием банков является самым распространённым вариантом, когда речь идет о крупных партиях денег. В первую очередь, к банкам и другим финансовым институтам за услугой «отмывания» обращаются оптовые торговцы наркотиками. Согласно данным доклада УНП ООН, из общего оборота «грязных» денег, получаемых от всех форм трансграничной организованной преступности, не менее 70% «отмывается» через финансовые институты [4]. Помимо банков, эту процедуру могут выполнять инвестиционные фонды и страховые компании.

Размещение нелегальных денежных средств осуществляется также в нетрадиционных финансовых учреждениях, таких как валютные биржи и букмекерские конторы.

Выделяют два ключевых способа легализации денежных средств:

- многоступенчатое прохождение денег через цепочку, состоящую из нескольких банков и иных финансовых институтов.
- прохождение предварительной очистки денег в небольших коммерческих учреждениях, когда наличные деньги зачисляются на банковские счета коммерческих организаций-однодневок. Каждая из таких компаний создается для того, чтобы принять деньги и передать их следующему звену цепочки.

Заведение в банковскую систему грязных денег осуществляется преимущественно в странах, которые не относятся к группе экономически развитых государств. Во многих схемах легализации денежных средств важную роль играют банки, находящиеся в оффшорных зонах, где обеспечивается полная конфиденциальность операций и уклонение от уплаты налогов [3, с.26].

Отмывание денежных средств через банки отрицательно отражается на их репутации и ведет к таким последствиям как: нерентабельность бизнеса, изъятие вкладов, вследствие чего возникают проблемы с ликвидностью, прекращение корреспондентских банковских отношений, кредитные потери и конфискация имущества, отзыв лицензии.

Проблема отмывания денежных средств в банках носит глобальный характер. Поэтому для обеспечения функционирования механизма противодействия отмывания денежных средств, необходимо выделить основную задачу регулирующих органов – создать для хозяйствующих субъектов такие условия, при которых легализовать деньги будет очень сложно, опасно и невыгодно.

Необходимо создать максимальные возможности для распознавания регулирующими органами конкретных операций преступных действий в деятельности кредитных организаций.

Для предотвращения операций по отмыванию денежных средств, банки обязаны предпринимать соответствующие меры. В соответствии со статьей 7 Федерального Закона «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», кредитным организациям следует идентифицировать лицо, заключающее договор банковского счета. Идентификация проводится кредитными организациями не только по клиентам, но и по их представителям и выгодоприобретателям, т.е. лицам, к выгоде которых действует клиент.

В положении Центрального Банка № 242-п от 16.12.2003, закреплены требования по организации внутреннего контроля:

- программа идентификации клиентов;
- программа выявления в деятельности клиентов операций, подлежащих обязательному контролю;
- программа проверки информации о клиенте;
- программа подготовки и обучения кадров по противодействию отмыванию денежных средств, полученных преступным путем [5, с.32].

Основная цель программы выявления в деятельности клиентов операций, подлежащих обязательному контролю и операций – выявление кредитной организацией в деятельности своих клиентов операций, подлежащих обязательному контролю, и иных операций с денежными средствами или иным имуществом, связанных с легализацией (отмыванием) доходов, полученных преступным путем, и финансированием терроризма.

Программа проверки информации о клиенте осуществляется с целью подтверждения обоснованности операции клиента, а также опровержения подозрений осуществления клиентом легализации доходов, полученных преступным путем.

Программа подготовки и обучения кадров предполагает обучение сотрудников кредитной организации, получение знаний по противодействию легализации (отмыванию) доходов, необходимых для исполнения ими нормативных правовых актов Российской Федерации и внутренних документов кредитной организации в области противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. [5, с.34]

Все эти правила и программы реализации внутреннего контроля должны быть разработаны в банке таким образом, чтобы максимально исключить возможность совершения подозрительных сделок.

Основной задачей внутреннего контроля является обеспечение участия всех сотрудников не зависимо от занимаемой должности в выявлении легализации денежных средств.

В настоящее время, в соответствии с Федеральным законом 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма», Центральным банком издан приказ об отзыве лицензии у кредитных организаций, занимающимися отмыванием денежных средств.

В период с 1 января 2006 года до 1 января 2013 года лицензии на осуществление банковских операций отозваны у 254 кредитных организаций. В большинстве случаев, основанием для отзыва лицензии явилось нарушение требований ст. 6 и 7 Федерального закона № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма», и нарушение банковского законодательства п. 6 ч. 1 ст. 20 ФЗ «О банках и банковской деятельности» [6]. В период с 9 января по 24 февраля 2014 года лицензии на осуществление банковских операций отозваны у 10 кредитных организаций.

В соответствии с законодательством Российской Федерации о банках и банковской деятельности кредитная организация, у которой отозвана (аннулирована) лицензия на осуществление банковских операций, должна быть ликвидирована.

По состоянию на 1 января 2013 года подлежали ликвидации 137 кредитных организаций. Из общего количества подлежащих ликвидации кредитных организаций по 131 кредитным организациям на указанную дату приняты решения о ликвидации [6].

#### Список использованных источников

1. Антропцева И. // Человек и Закон. – 2011. – № 5. – С. 65-67.
2. Волеводз А.Г. // Банковское право. – 2012. – № 3. – С. 64-77.
3. Дракина М.Н. // Банковское право. – 2012. – № 5. – С. 23-28.
4. Катасонов В.Ю. Грязные деньги. Ключевая роль банков в их отмывании [Электронный ресурс]. Режим доступа. [http://communitarian.ru/publikacii/novyy\\_mirovoy\\_poryadok\\_finansy/gryaznye\\_dengi\\_klyuchevaya\\_rol\\_bankov\\_v\\_ih\\_otmyvanii\\_22062013/](http://communitarian.ru/publikacii/novyy_mirovoy_poryadok_finansy/gryaznye_dengi_klyuchevaya_rol_bankov_v_ih_otmyvanii_22062013/)
5. Назаров Е.Ю. // Следователь. – 2012. – № 8. – С. 30-34.
6. ЦБ РФ. О ликвидации кредитных организаций. [Электронные ресурсы]. Режим доступа <http://www.cbr.ru/credit/likvidbase/print.asp?file=about.htm>

*Кузикова Ю.А.  
студентка 4 курса, экономического факультета  
Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансы и кредит, бухгалтерский учет и аудит  
Омский государственный университет путей сообщения  
(г. Омск)*

### Базель III: вопросы внедрения в России

Сроки введения стандартов Базель III в России были перенесены с 1 октября 2013г. на 1 января 2014 года.

Предложения Базеля III были одобрены на саммите G20 в Сеуле в ноябре 2010 г. Участники саммита также одобрили длительные переходные периоды для полного внедрения предложений Базеля III по капиталу и ликвидности (табл. 1) [3].

Таблица 1 – Сроки внедрения Базеля III в странах-членах Базельского комитета

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
1. Базовый капитал первого уровня/RWA, % (H 1.1)		3,5	4,0	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
2. Основной капитал/RWA, % (H 1.2)	4,0	4,5	5,5	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
3. Собственный капитал/RWA, % (H1.0)	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
4. Буферный капитал/RWA, %					0,625	1,25	1,875	2,5
5. Контрциклический капитал, %					0,625	1,25	1,875	2,5
6. Финансовый рычаг (леверидж)	Мониторинг	Тестирование на уровне 3%, банки должны раскрывать информацию с 01.01.2015			Корректировка	Уточненное значение		
7. Норматив краткосрочной ликвидности	Мониторинг			≥100%	≥100%	≥100%	≥100%	≥100%
8. Показатель чистого стабильного финансирования	Мониторинг						>100%	>100%

В марте 2013 г. вступило в силу Положение Банка России от 28.12.2012 г. № 395-П «О методике определения величины и оценке достаточности собственных средств кредитных организаций «Базель III», которое обязывает российские банки в отчетности по состоянию

на 1 апреля 2013 г. начать рассчитывать требования к капиталу с учетом базельской методики [1].

В Базеле III особое внимание уделяется субординированным займам в капитале. Субординированные кредиты, привлеченные до принятия новых стандартов, будут дисконтироваться в течение десяти лет по 10% в год. Таким образом, через 10 лет они перестанут учитываться в капитале банка. Положением № 395-П установлена методика определения величины капитала кредитных организаций с учетом международных подходов к повышению устойчивости банковского сектора (Базель III). Определение субординированного кредита (депозита, займа) дополнено условием его конвертации в обыкновенные акции в критичных случаях.

После внедрения «Базеля III» вместо одного норматива достаточности капитала (H1) в России появляется три новых норматива: достаточности базового капитала банка (H1.1), норматив достаточности основного капитала банка (H1.2), норматив достаточности собственных средств (капитала) банка (H1.0) с сохранением минимального уровня требований к достаточности совокупного капитала кредитных организаций в размере 10%.

Согласно стандартам Базель III базовый капитал первого уровня включает в себя обыкновенные акции (или их эквивалент для неакционерных компаний), а также нераспределенную прибыль и эмиссионный доход по обыкновенным акциям. Основной капитал включает в себя: гибридные инструменты, удовлетворяющие единому критерию конвертации, а также эмиссионный доход от инструментов, учитываемых в добавочном капитале, с учетом регулятивных корректировок.

Устанавливаются повышенные нормы на резервный и стабилизационный капитал, который должен иметь каждый банк. Вводятся два специальных буфера капитала – резервный и антициклический. Резервный должен составлять 2,5 % активов. Антициклический буферный капитал вводится на случай перегрева экономики в периоды кредитного бума и может составлять от 0 до 2,5 %.

Безусловно, нельзя исключать, что для каждого банка в отдельности переход на Базель III повлечет дополнительные расходы, так как внедрение новых норм потребует от банков также совершенствования систем риск-менеджмента и ИТ-систем, часть мелких банков и вовсе могут прекратить свою деятельность. Еще одним камнем преткновения при переходе на новые стандарты является техническая составляющая, а именно тот факт, что большинство российских кредитных организаций не готовы к переходу на нормативы Базеля III по техническим причинам. Ведь сейчас большинство банков публикует свою отчетность по российским стандартам, а согласно Базелю III свои финансовые результаты необходимо будет предоставлять по международным стандартам отчетности. Поэтому без существенных потерь смогут перестроиться крупнейшие российские банки, чьи акции торгуются на бирже, а также те кредитные организации, которые с недавних пор отчитываются по МСФО [6].

В России требования к достаточности совокупного капитала ( $H_1$ ) остаются на прежнем уровне – 10%, в то время как для европейских стран, в соответствии с Базелем III, норматив установлен на уровне 8%. В связи с принятием новых стандартов по расчету базового и основного капитала число банков, у которых  $H_1$  находится на уровне близком к минимальному (в диапазоне от 10 до 11%) возросло в 1,6 раза: с 30 до 51. Особенно видна эта тенденция у крупных организаций.

Таблица 2 – Банки из топ-100 по нетто-активам с  $H_1$  менее 11%

Банк	$H_1$ на 01.06.13, %	$H_1$ на 01.01.13, %	Изменение, п.п.
1. ВТБ24	10,41	11,19	-0,78
2. Национальный банк «Траст»	10,43	10,36	0,07
3. Инвестторгбанк	10,54	11,1	-0,56
4. Пробизнесбанк	10,54	10,76	-0,22
5. «Россия»	10,76	11,26	-0,5
6. «Петрокоммерц»	10,76	10,87	-0,11

Проиллюстрированную в таблице тенденцию к снижению норматива  $H_1$  (совокупного капитала банка) связывают с введением двух новых нормативов достаточности базового и

основного капитала, ограничением использования для формирования капитала субординированных кредитов.

Ещё одной причиной снижения норматива  $H_1$  является увеличение норм создания резервов по необеспеченным кредитам для населения (такие резервы создаются за счет капитала банка) на основании указания Банка России N2920-У от 3 декабря 2012 года «О внесении изменений в Положение Банка России от 26 марта 2004 года № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности». Повышенные резервы банки должны будут формировать по ссудам, выданным с 1 января 2013 года. Документ предусматривает увеличение минимальных требований к резервам по непросроченным потребительским кредитам, предоставленным заемщикам, не имеющим счета в банке-кредиторе (депозитного или зарплатного), вдвое – до 2% с 1%.

По потребительским кредитам с просрочкой до 30 дней минимальные требования по резервам также увеличиваются в 2 раза – до 6% с 3%.

В случае если банки не разделяют портфели непросроченных кредитов и кредитов с просрочкой до 30 дней, минимальные требования к резервам по ним увеличиваются вдвое – до 3% с 1,5% [7].

Значительными положительными моментами в повышении требований к стандартам капитала является снижение вероятности банковских кризисов. Так, по результатам модели Банка международных расчетов, повышение коэффициента достаточности капитала, для наиболее надежных статей капитала с 7 до 8% (коэффициент собственного капитала) снижает вероятность возникновения кризиса более чем на треть – с 5,1 до 3,1% [1].

В течение года Банк России не будет отзываться лицензии у банков за нарушение новых нормативов достаточности капитала в соответствии с "Базелем III", поскольку банкам необходимо время для адаптации к новым стандартам. До 1 января 2015 года вопрос об отзыве лицензии для кредитной организации будет решаться с использованием расчета капитала по положению №215-П [2].

Одна из главных целей внедрения Базеля III в России заключается в приведении банковского регулирования и надзора Российской Федерации к международным стандартам в этой области. Для России необходимо повышение кредитных рейтингов банков, которое позволит им стать полноправными участниками международных операций.

#### **Список использованных источников**

1. Базель III: влияние на экономический рост [Электронный ресурс] – Webeconomy.ru – 2013. – Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/>
2. В 2014 году ЦБР не собирается отзываться лицензии у банков за нарушение нормативов капитала по «Базелю III» [Электронный ресурс] – Финмаркет – 2013. – Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/news/3549376/>
3. Мы не спешим предугадать, как Базель III нам отзовется [Электронный ресурс] – Bankir.ru. – 2012. – Режим доступа: <http://bankir.ru/tehnologii/s/my-ne-speshim-predugadat-kak-bazel-iii-namotzovetsya-10001076/>
4. Положение Банка России от 28.12.2012 № 395-П. О методике определения величины и оценке достаточности собственных средств кредитных организаций «Базель III» // Вестник Банка России №11, 2013.
5. Суранов С. H1 как препятствие для «Базеля III» [Электронный ресурс] – Экономика и жизнь – 2013. – № 28. – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/217419/>
6. Сухов М. О том, чего ждать банковскому сектору от ЦБ, о достаточности капитала, потребительском кредитовании, внедрении Базеля III и противодействия фидуциарным операциям / Сухов М. // Банковское обозрение – 2013. – № 4 (171).
7. Указ Банка России № 2920-У от 3 декабря 2012 г. О внесении изменений в Положение Банка России от 26 марта 2004 года № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности // Вестник Банка России №73, 2012.

### **Электронный кошелек – проще некуда**

На сегодняшний день все большую популярность приобретает способ расчета с помощью электронных денег. Люди признают удобство платежных систем, с помощью которых можно оплачивать любые покупки и услуги не выходя из дома. Особой популярностью среди таких покупок пользуется приобретение железнодорожных и авиационных билетов, оплата сотовой связи и Интернет.

Электронный кошелек представляет собой аналог банковского счета, который так же можно пополнять. Однако данный способ хранения денег имеет ряд значимых преимуществ. Для его создания не требуется ничего, кроме интернета, совершить ошибку при регистрации кошелька достаточно сложно, так как в каждой системе существует понятная и подробная инструкция. Действие используемых платежных систем, в отличие от банковских, бессрочно, и что самое главное, за их использование не нужно платить. Пополнять электронный кошелек можно различными способами – с помощью банковской пластиковой карты, специальные терминалы, посредством перевода, через банковскую кассу и т.д.[1]. Электронные деньги являются альтернативным вариантом получения и отправления физическими лицами денежных средств.

Еще одним достоинством использования электронных кошельков является получение заработка за услуги через виртуальную сеть, которые впоследствии можно конвертировать в наличные или безналичные средства с помощью платежной системы.

Ключевым недостатком виртуальных денег является то, что пользователи, не ощущая их материально, начинают тратить их на ненужные им вещи и относится к ним менее бережательно. Так же существует вероятность, что кошелек может быть взломан. Однако, чтобы себя обезопасить от таких случаев, требуется надежный пароль и установленный на компьютере действующий антивирус [2].

Компания Online Market Intelligence провела опрос: «Осуществляли ли вы за последние 12 месяцев оплату товаров или услуг одним из следующих способов?»

Таблица 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос о способах оплаты\*

Способы оплаты	Апрель 2011, %	Август 2012, %	Сентябрь 2013, %
1. Оплата банковской картой через Интернет	49	57	69
2. Оплата электронными деньгами (Webmoney, Яндекс-деньги и др.)	43	40	44
3. Оплата через личный кабинет системы Интернет-банкинг	22	32	40
4. Оплата со счета мобильного телефона	30	29	39
5. Оплата через Мобильный банкинг	9	10	15

\* Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривал возможность множественного выбора.

Из таблицы видно, что вторым по популярности средством расчетов в интернете являются электронные деньги. По сравнению с 2011 годом количество пользователей практически не изменилось, что указывает на стабильность данной системы[3].

Согласно статистике ассоциации «Электронные деньги» за 2013г., в России электронным кошельком пользуются 34 млн. человек. Ассоциацией был проведен еще один опрос об основных назначениях платежей.





Рисунок 1 – Назначения платежей

Из данной диаграммы видно, что небольшое количество платежей осуществляется для оплаты онлайн-игр, развлечений и социальных сетей (37%). На втором месте – оплата сотовых телефонов и интернет (38%). На третьем – финансовые инструменты (11%) [4].

На сегодняшний день в России существует множество платежных систем. Для российского пользователя самыми известными стали Web money, «Яндекс. Деньги», **Visa Qiwi Wallet**, «Деньги@mail.ru», PayPal [5].

Наиболее популярной системой во всем мире является Web Money, преимуществом которой является возможность вывода средств почти из любого государства. Система является мультивалютной, оснащена высоким уровнем безопасности. В качестве недостатков можно выделить длительную регистрацию электронного кошелька. Для регистрации кошелька требуется установка специального интерфейса на компьютере или телефоне.

Еще одной популярной системой является «Яндекс. Деньги», которая действует на территории России и использует исключительно российский рубль. Преимущество системы в простоте регистрации и оплаты товаров и услуг. Недостатком «Яндекс. Деньги» является то, что ее нельзя использовать для коммерческих целей.

**Visa Qiwi Wallet**. Данная система немного отличается от предыдущих. В ней существует большое количество разнообразных интерфейсов. Благодаря этому пользователь может получить доступ к своему кошельку через приложения для планшетов, QIWI терминалы и т.д. С помощью данной системы можно оплачивать более 3000 различных провайдеров и интернет-магазинов, погашение кредитов и за эти услуги не снимается комиссии. **Visa Qiwi Wallet** распространяется лишь по России, и ее валютой соответственно является российский рубль. Единственным незначительным недостатком данной системы является то, что установка **Visa Qiwi Wallet** требует настройки Интернета на многих телефонах.

**Сервисом российского поисковика Mail.ru является платежная система «Деньги@mail.ru»**. Данная система действует на территории России, и валютой является российский рубль. Преимуществом системы является то, что пользователь может переводить и выставлять счет любому, даже не зарегистрированному в «Деньги@mail.ru» получателю. Минус данной системы состоит в том, что при осуществлении финансовых операций (пополнение кошелька или снятие денег) действуют различные банковские тарифы, а длительность процедур может занимать до нескольких дней.

Одной из наиболее известных платежных систем является PayPal. Она была создана в 1998 в США, и на сегодняшний день ее используют в 190 странах. Система осуществляет операции с 24 национальными валютами. Без PayPal невозможно совершать покупки в зарубежных интернет-магазинах и на сайте eBay. Она надежна для переводов денег в Канаду, США и другие государства. Минус системы в том, что аккаунт может быть заблокирован службой безопасности системы в случае каких-либо подозрений [5].



Рисунок 2 – Востребованность электронных кошельков среди российских пользователей

По данным ассоциации «Электронные деньги» можно увидеть, что российские пользователи больше всего доверяют системе «Яндекс. Деньги», на втором месте WebMoney, и на третьем QIWI кошелек [4].

Резюмируя сказанное выше, следует отметить, что все большее число соотечественников предпочитают хранить деньги в электронных кошельках, считая этот способ удобным и безопасным. По прогнозу «Погоды в банке» – 2014 рынок электронных платежей продолжит стремительное развитие. В 2013 году к Ассоциации «Электронные деньги» присоединились четыре новых участника, и в следующем году процесс расширения ассоциации продолжится [6].

#### Список использованных источников

1. Информационный портал «банки. ру». – Режим доступа: [http://www.banki.ru/wikibank/elektronnyi\\_koshelek/](http://www.banki.ru/wikibank/elektronnyi_koshelek/)
2. Аргументы и факты. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/money/mymoney/42522>
3. Онлайн маркетинговые исследования. – Режим доступа: <http://www.omirussia.ru/ru/analytics/news/2013/11/news180.html>
4. Сайт ассоциации «Электронные деньги». – Режим доступа: <http://www.npaed.ru/RU/emoney/>
5. Информационное агентство «Банкир.ру». – Режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/s/novaya-era-deneg-kakoi-elektronnyi-koshelek-udobnee-10003629/>
6. Информационное агентство «Банкир.ру». Оценки-прогноз «Погоды в банке-2014». – Режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/s/prognoz-pogody-v-banke-2014-yasno-10004441/>

*Кузьмич Д.Д., Черкес А.Р.*  
*студентки 3 курса факультета финансов и банковского дела*  
*Научный руководитель: Семиренко Е.П., канд. эккон. наук, доцент,*  
*доцент каф. банковского дела*  
*Белорусский государственный экономический университет*  
*(г. Минск)*

#### Малый бизнес и стимулирование его развития в Республике Беларусь

Становление суверенного государства и формирование рыночной экономики в Республике Беларусь обусловило появление и функционирование сектора малого предпринимательства, являющегося неотъемлемой частью экономических систем развитых стран. За период своего существования на протяжении более чем 20 лет малое предпринимательство подтвердило свою жизнеспособность и высокий потенциал в дальнейшем развитии.

Однако, несмотря на динамичное развитие, доля малого бизнеса в основных макроэкономических показателях республики остается, по сравнению с развитыми странами, довольно низкой. Например, в 2012 г. в Республике Беларусь доля малого бизнеса в общем объеме ВВП страны составила 15,1% (в странах Евросоюза данный показатель более

60% ВВП). Удельный вес микроорганизаций и малых организаций в объеме инвестиций в основной капитал республики равнялся по итогам 2012 г. 26,1%.

В настоящее время развитие малого и среднего предпринимательства в республике определено в качестве одного из приоритетных направлений государственной экономической политики. Предусмотрено создать благоприятные условия для динамичного развития данного сектора экономики. В их числе: повысить доступность кредитно-финансовых, материально-технических, земельных ресурсов и недвижимости субъектам предпринимательства. В Постановлении Совета Министров Республики Беларусь «О Программе государственной поддержки малого предпринимательства в Республике Беларусь на 2013 – 2015 гг.» от 29 декабря 2012 г. № 1242 заявлена цель: к концу 2015 г. довести удельный вес добавленной стоимости, произведенной субъектами малого и среднего предпринимательства, до 30 % в ВВП; численность занятых в этом секторе должна составить не менее 35% общей численности работающих.

В развитии малого предпринимательства большое значение отводится соответствующей инфраструктуре. На 1 января 2013 г. в республике действовали 83 центра поддержки предпринимательства и 15 инкубаторов малого предпринимательства (для сравнения: на 1 января 2012 г. – 76 центров и 15 инкубаторов). Из действующих в республике субъектов инфраструктуры 78,6 % от общего их количества являются организациями частной формы собственности, 15 % – коммунальной, 6 % – республиканской. Целесообразно расширить сеть центров поддержки малого предпринимательства, а часть помещений и зданий, находящихся в коммунальной собственности, передать в собственность, аренду или безвозмездное пользование субъектам инфраструктуры поддержки малого бизнеса [2].

Важным направлением в развитии экономики республики является сектор услуг. Если в 2010 г. в Беларуси на долю сектора услуг приходилось 49% от общего объема добавленной стоимости, то в России – 60%, Литве – 68%, Польше – 65%. Свою роль, на наш взгляд, здесь может сыграть малый бизнес. К примеру, развитие деловых услуг, предоставляемых субъектами малого предпринимательства, может рассматриваться в качестве катализатора модернизации производственного сектора.

Малые предприятия в любой стране сталкиваются со многими финансовыми проблемами: недостаточность собственных средств; проблематичность получения кредита, в отличие от крупного и среднего бизнеса; повышенный уровень себестоимости, отвлекающий финансовые ресурсы; нерегулярность и задержки финансирования; отсутствие единых методик кредитования.

Одной из главных причин, сдерживающих активное развитие малого предпринимательства в Республике Беларусь, является отсутствие у его субъектов оперативного доступа к финансовым ресурсам. В первую очередь с данной проблемой сталкиваются предприниматели, начинающие свой бизнес в наукоемкой инновационной сфере и требующие долгосрочных вложений.

Важная роль в развитии малого бизнеса отводится банковскому кредитованию. Тем более, что активное кредитование принесет выгоду и самим банкам. Ограничение доступа к банковским кредитам является сегодня одной из самых серьезных проблем малого предпринимательства, поскольку основную роль в финансовом обеспечении бизнеса в рыночной системе выполняют банки. Банки по взаимодействию с сектором малого предпринимательства можно подразделить на две категории: банки, самостоятельно проводящие политику кредитования, и банки, реализующие правительственные, иностранные и международные кредитные линии.

В Республике Беларусь функционирует ряд банков, осуществляющих кредитование субъектов малого бизнеса в рамках Программы микрокредитования Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) с 2001г., которая призвана содействовать развитию малых предприятий, индивидуальных предпринимателей. Практическая реализация Программы осуществляется на основе кредитного соглашения между Беларусью и ЕБРР для поддержки малых и средних предприятий от 22 ноября 1994 г. К основным направлениям

деятельности Программы относят следующие: внедрение технологии кредитования; построение эффективных организационных структур в банках-участниках; обучение кредитных экспертов; разработка и внедрение новых кредитных продуктов. В рамках Программы микрокредитования банки-участники предлагают 3 вида кредитов на развитие бизнеса: экспресс-кредит; микрокредит; малый кредит. За время работы в Беларуси участниками Программы стали 8 банков. Ими выдано 37 313 кредитов на общую сумму 837 млн. долларов США по состоянию на 1 декабря 2013 года. Средняя сумма кредита на эту же дату составила 41 489 долл. США [3].

Помимо средств Программы ЕБРР в Республике Беларусь для финансирования малого бизнеса используются и бюджетные средства. С целью создания механизма льготного микрокредитования микроорганизаций и индивидуальных предпринимателей принято решение Мингорисполкома «О размещении средств бюджета г. Минска в целях микрокредитования» от 25.03.2010 г. № 676. Льготные микрокредиты предоставляются микроорганизациям и индивидуальным предпринимателям в целях финансирования коммерческих проектов.

Также белорусские субъекты малого предпринимательства могут воспользоваться системой льготного финансирования экономически эффективных проектов «Чистое производство» северной экологической финансовой корпорации (НЕФКО). Данные проекты направлены на финансовую поддержку мероприятий по модернизации производства, позволяющих сократить потребление сырья и энергоресурсов на единицу продукции. НЕФКО предлагает займы в евро на льготных условиях напрямую предприятиям частного сектора.

Обеспечением финансовыми ресурсами государственной политики поддержки малого предпринимательства занимается Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей (БФФПП). Оказание такой поддержки осуществляется за счет средств, предусмотренных в программах государственной поддержки малого предпринимательства, утверждаемых Правительством Республики Беларусь. Обязательным условием оказания поддержки является создание новых рабочих мест. Однако, следует отметить, что ресурсы БФФПП ограничены. На 2014 г. планируемый объем расходов составит 8 176,0 млн. бел. руб., на 2015 г. – 11 176,0 млн. бел. руб. Очевидно, что данных средств недостаточно. Для сравнения, на реализацию Программы развития промышленного комплекса на период до 2020 года, утвержденную постановлением Совета Министров от 5.07.2012 года № 622, потребуется порядка 70,6 млрд. долл. США, или примерно 176 тыс. долл. на 1 рабочее место. К тому же рассчитывать на государственное финансирование могут в основном уже состоявшиеся предприниматели и только в редком случае начинающие бизнесмены, поскольку высока стоимость предоставляемых ресурсов, а требования к соискателю кредитных ресурсов значительные [1].

Интерес для Беларуси представляет опыт поддержки малых организаций в Италии, где с 2007 г. начала создаваться система совместного финансирования проектов развития бизнесов в кластерах. При этом предприятия объединяются в кластеры, а их усилия направляются на реализацию конкретного проекта, который утверждается и софинансируется регионом в рамках правительственных программ. Развитие кластеров в Беларуси позволит повысить конкурентоспособность нашей экономики и интенсифицировать действие механизмов частно-государственного партнерства. Это направление определено Стратегией привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь на период до 2015 г. как приоритетное.

Таким образом, развитие малого бизнеса является одним из важнейших направлений, стимулирующих экономический рост Беларуси. Однако необходимо улучшение бизнес климата в стране, проведение качественных изменений в экономике, а также требуется активная поддержка государства, способствующая развитию данной сферы. Необходимо учитывать, что сектор малого бизнеса нуждается в относительно недорогих долгосрочных ресурсах для начала и развития предпринимательской деятельности. А доступ субъектов

предпринимательства к недорогому и долгосрочному финансированию можно обеспечить за счет совместных усилий государства, финансово-кредитных институтов, инвесторов и предпринимательских структур.

#### **Список использованных источников**

1. Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tinyurl.com/pworbk3>.
2. О деятельности инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tinyurl.com/pba2gb6>.
3. Показатели работы ПМКБ по состоянию на 1 декабря 2013 г. [Электронный ресурс] / Программа Микрокредитования Беларуси. – Режим доступа: <http://microcredit.by/rus/result/>.

*Куikliна А.В.*

*студентка 5 курса экономического факультета*

*Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,*

*доцент каф. финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит*

*Омский государственный университет путей сообщения*

*(г. Омск)*

#### **Динамика расходов на рекламу коммерческих банков**

Успешная реализация банковских услуг во многом зависит от выбранной стратегии маркетинговой службы банка. Банковский маркетинг, в первую очередь, является основой стратегического управления, которая заключается как в комплексном анализе внешних и внутренних факторов, так и в интенсивной работе и высоких показателях деятельности всех подразделений банка. По данным Ассоциации Российских Банков, профессиональная работа маркетинговых служб (в российской практике маркетинг реализует коммерческий отдел) приводит к значительному увеличению дохода (в расчете на одного клиента на 50-100%) и снижению рисков банковской деятельности (на 30-50%).

По данным Центрального банка РФ на 01 января 2014 года в России действуют 859 коммерческих банков. Усиление конкуренции и тот факт, что среднестатистический горожанин является клиентом сразу нескольких банков, приводят к тому, что банки переводят свою маркетинговую активность в качественно новое русло [4].

Данные отчетов о прибылях и убытках кредитных организаций за 2012 год, размещенные на сайте ЦБ позволяют сделать вывод, что сфокусированность на рекламных стратегиях является распространенным современным маркетинговым трендом. Банки увеличили свои рекламные бюджеты почти на 50%. Общие годовые затраты всех банков на рекламу своих продуктов и услуг выросли до рекордных сумм – 35,4 млрд. рублей.

Однако, за шесть месяцев 2013 года банки и другие финансовые институты потратили на рекламу 5,1 млрд. рублей – на 4% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Об этом говорится в исследовании медийного агентства Media First, которое было проведено специально для «Известий» на основе данных TNS Media Intelligence. В отчете не были учтены расходы банков на продвижение услуг в интернете. Рекламная активность снизилась у большинства кредитных организаций [3].

Лидерами по рекламным расходам традиционно оказались банки с госучастием. Так, рекламный бюджет Сбербанка за 5 месяцев 2013 года составил 941,2 млн. рублей, ВТБ – 659,4 млн. При этом Сбербанк сократил расходы на продвижение на 18%, а ВТБ – увеличил соответствующие затраты на 19%. В тройку лидеров по рекламным расходам вошел также Восточный экспресс банк. Банк в шесть раз увеличил рекламный бюджет за год – до 312,3 млн. рублей. ТКС-банк за шесть месяцев 2013-го потратил на продвижение 287,2 млн. рублей (за аналогичный период прошлого года – 354,3 млн.), Россельхозбанк –

160,7 млн (на 5% меньше, чем в 2012-м). Стоит отметить, что год назад – за январь-май 2012-го – банки, напротив, увеличили свои рекламные бюджеты на 44% (до 5,327 млрд. рублей) по сравнению с предыдущим годом.

В банке «Восточный экспресс» журналистам газеты «Известия» пояснили, что столь масштабное увеличение рекламного бюджета обусловлено выходом банка на федеральный уровень.

Наиболее активно растущие частные банки вынуждены агрессивно наращивать расходы на рекламу, говорит начальник аналитического управления банка БКФ Максим Осадчий: активы «Восточного экспресса» выросли за 12 месяцев на 48,4%, причем основным источником его роста стали вклады населения, составлявшие на 1 июня 2013 года 61,1% пассивов. Для сравнения: активы банковского сектора России выросли за этот период только на 19,3%.

По оценкам Media First, основная статья рекламных расходов пришлась на продвижение потребительских кредитов. Так, если за январь-май 2012 года на них приходилось около 20% рекламы финансовых услуг, то в 2013-м – 24%. Бюджеты, выделенные на продвижение ипотеки и дебетовых карт, также возросли. Так, доля ипотечного кредитования в общем объеме трат на рекламу финансовых услуг, увеличилась вдвое – с 4 до 8%. При этом банки сократили затраты на рекламу вкладов (с 19 до 16%) кредитных карт (с 15 до 12%), а также интернет-банкинга (с 4 до 1%).

– Такие изменения в расходах на рекламу отражают снижение спроса на потребительские кредиты со стороны населения, – комментирует научный сотрудник института «Центр развития» Высшей школы экономики Дмитрий Мирошниченко. В связи с этим розничные банки стали испытывать меньшую потребность и в привлечении средств на депозиты, это приводит к тому, что часть бюджетов, сэкономленных на рекламе депозитных продуктов, банки пустили на расширение рекламы кредитных, тем более что в условиях снижающегося спроса обострилась конкуренция за заемщиков.

Если рассмотреть структуру рекламных бюджетов по медиаканалам (без учета затрат на продвижение в интернете), то самым востребованным каналом коммуникации рекламодателей в этой категории было и остается телевидение, на него приходится 47% расходов на продвижение. На наружную рекламу приходится 31%, на прессу – 12%, на радио – 9% [3].

В целом, отрасль банковской рекламы динамично развивается, поскольку конкуренция на рынке банковских услуг усиливается с каждым годом и банки вынуждены организовывать широкомасштабные мероприятия по привлечению новых клиентов, в том числе и средствами прямой рекламы. Стратегия продвижения должна быть уместной, эффективной и индивидуальной для каждого банка. При этом нужно исходить из собственных ресурсов, целей кампании, анализа своих действий и действий конкурентов. Немаловажную роль играет также непредвзятость и профессионализм разработчиков стратегии.

Процессы, происходящие в банковской рекламе носят сезонный характер и зависят от потребительской активности как на рынке в целом, так и среди населения. Стоит предположить, что при отсутствии каких-либо банковских кризисов, количество рекламы будет стабильно увеличиваться, а конкуренция между банками и дальше возрастать. Банковская реклама признана быть действенным инструментом для привлечения клиентов, а сложившаяся конкурентная среда и качественные изменения, произошедшие на рекламном рынке, требуют более профессионального подхода к планированию кампаний.

В связи с этим для минимизации рекламных затрат и максимизации эффекта становится необходимым детальная разработка комплекса продвижения и рекламной активности, в частности.

### **Список использованных источников**

1. Барелов С. М. Рейтинг маркетинговых идей // Вестник АРБ. №9, 2013.
2. Иваненко Т. А. Банк потратил на рекламу 35 млрд. рублей // Известия. 10 августа 2013.
3. Мировые Топ рейтинги. «Топ20 банков-рекламодателей по итогам 2 квартала 2013 года». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://basetop.ru>
4. Центральный Банк РФ. Отчеты о прибылях и убытка кредитных организаций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cbr.ru>

*Лемякина М.В.*

*студентка 4 курса Института менеджмента и экономики  
Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения  
(г. Омск)*

### **Внедрение CRM-системы в коммерческих банках**

Для банковской деятельности характерно наличие большого числа клиентов – частных лиц, предприятий и фирм, государственных и общественных организаций, требующих оперативного, персонализированного обслуживания как при получении информации о банковских продуктах, так и при принятии решения о заключении договоров, получении консультаций, разрешении спорных вопросов. Банковский бизнес с увеличением финансовой активности населения все больше усложняется, количество продуктов и услуг, которые могут быть предложены клиенту, постоянно растет, с клиентом все чаще работают не одно, а несколько подразделений.

В такой ситуации наиболее перспективной стратегией по налаживанию долговременных контактов с существующими и потенциальными клиентами является стратегия CRM (Customer Relationship Management – Управление Взаимоотношениями с Клиентами). CRM-система – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов. Система управления взаимоотношениями с клиентами представляет собой набор модулей, предназначенных для автоматизации различных бизнес-процессов взаимодействия с заказчиком.

Пик внедрений CRM-систем в России в банковском секторе пришелся на конец 2010-х годов. Кризис 2008 года только подстегнул этот процесс, так как конкуренция в банковском секторе серьезно обострилась, усилилась борьба за каждого клиента, как корпоративного, так и розничного. До кризиса многие банки в силу высокой прибыльности бизнеса и больших бюджетов выбирали решения по автоматизации по принципу «что подороже», а внедрение CRM-системы было, скорее, одним из факторов получения высокой позиции в банковских рейтингах. После кризиса наступило время борьбы за место на рынке, и CRM превратилась в необходимый инструмент эффективной работы с клиентом.

Приобретению и развертыванию CRM-системы должен предшествовать этап определения целей и задач его внедрения и оценки того, насколько они актуальны и осуществимы. Сам же процесс внедрения CRM-системы подразумевает следующие действия:

- создание единой базы данных (БД) об имеющихся и потенциальных клиентах, определение состава и форматов исходных данных о них, а также процедур внесения информации, исключающих ситуацию ее дублирования;
- построение системы коммуникаций, обеспечивающей взаимодействие всех подразделений банка в рамках концепции CRM (маркетинг, продажи, сервис) и организация их доступа к общей БД;

- разработка системы процедур, регламентов и алгоритмов взаимодействия менеджеров банка с клиентами на основе общей стратегии, а также бизнес-логики взаимодействия всех процессов фронт- и бэк-офисов банка;
- определение критериев оценки эффективности работы, как подразделений, так и отдельных сотрудников, организация системы контроля их деятельности в рамках CRM-системы;
- настройка системы и обучение персонала.

При внедрении системы нужно оценить: какая конкретно информация будет нужна банку и как она будет обрабатываться в дальнейшем, кто ее будет использовать и в каких целях, как консолидировать всю уже имеющуюся информацию и устранить ее противоречивость, с какими иными приложениями CRM-система будет обмениваться информацией и каким способом.

До 2005 года безусловным лидером по внедрению CRM в российских банках была система SalesLogix (с 2001 года – около 10 внедрений, например, в «МДМ-Банке», «Альфа-Банке», «Внешторбанке» и др).

Но уже с 2006 года (в это время Oracle приобрел CRM-систему у Siebel Systems) ситуация на российском рынке начала меняться. Siebel начинает работать в «ЮниКредитБанке», «ОТП-банке» и других. Окончательно лидеры определились, когда в 2008 году на рынок вышла новая версия Microsoft Dynamics CRM – 4.0. В 2007-2008 годах Microsoft CRM начинает работать в нескольких крупных банках: «КМБ-Банк», Банк «Возрождение», «Пробизнесбанк», МБПР, «Держава Банк», «Национальный резервный банк». На Microsoft CRM разрабатываются и регистрируются различные отраслевые решения для банков, учитывающие российскую специфику: корпоративное кредитование, ипотечное кредитование, автоматизация контакт-центра [2].

На сегодняшний день рынок CRM в банковском секторе России поделили SalesLogix, Oracle Siebel CRM и Microsoft Dynamics CRM. Решение от Microsoft постепенно занимает все большую долю рынка за счет оптимальной архитектуры решения, гибких возможностей настройки и мощных интеграционных возможностей, что немаловажно, учитывая сложную банковскую инфраструктуру.

В качестве примера развития проекта по внедрению CRM можно привести Сбербанк. Внедрение CRM-системы для обслуживания корпоративных клиентов в Сбербанке России стало одним из самых масштабных в мире проектов в области использования автоматизированных систем для управления взаимоотношениями с клиентами.

В 2009 году в ходе реализации «Стратегии развития Сбербанка России на период до 2014 года» была утверждена целевая ИТ-архитектура и поставлена приоритетная задача централизовать все системы и функции. Проект «CRM Корпоративный» стал одним из первых централизованных решений банка. В настоящее время ведутся проекты по внедрению централизованного хранилища данных, банковской системы, систем ERP, MDM (Master Data Management, управление мастер-данными) и BPM (Business Process Management, управление бизнес-процессами), а в Москве запущен крупнейший в Европе центр обработки данных.

С точки зрения ИТ-архитектуры «CRM Корпоративный» – это комплекс интегрированных решений. Oracle Siebel CRM – функциональное ядро комплекса – обеспечивает управление процессами взаимодействия с клиентами и хранение истории взаимоотношений с ними.

В компании Oracle проект Сбербанка «CRM Корпоративный» считают первым по масштабам и темпам внедрения в Восточной Европе. На 25-м международном конгрессе IPMA Award 2011 в Австралии проект выиграл бронзовую награду в категории «Project Excellence in Big-Sized Projects». Команда проекта получила сертификат о вхождении в Top League по международному управлению проектами [3].

В зависимости от конкретных бизнес-заказчиков программа была разделена по пяти проектам:

1. Автоматизация рабочего места оператора колл-центра. Основная задача – заменить те несколько систем, которые использует сейчас оператор для информирования клиентов



«одним окном», расширить функциональные возможности и уменьшить время обслуживания клиента.

2. Автоматизация рабочего места менеджера по продажам в отделениях банка. Основная задача – повысить качество обслуживания и увеличить продажи через предодобренные предложения.

3. Автоматизация рабочего места телемаркетолога. Основная задача – участие в сквозном процессе обзвона участников компаний, увеличение продаж.

4. Автоматизация проведения компаний активных продаж. Основная задача – выстроить единый процесс проведения маркетинговых компаний по различным каналам продаж.

Связующий проект – формирование единой карточки клиента, сохранение истории взаимодействия и планирование активностей плюс модули администрирования [1].

С момента внедрения база существующих и потенциальных клиентов выросла почти в 8,5 раза – до 930 тыс. организаций, а число сделок увеличилось в четыре раза – до 315 тыс. [4]. Такому росту, по мнению представителей банка, способствовало увеличение скорости обслуживания благодаря наличию единой информационной среды, единого представления о клиенте. Система содержит полное досье клиентов, включая информацию об объемах продаж, экономических показателях, схемах реализации сделок, контактах с клиентами.

Таким образом, выбирая ту или иную платформу, нужно четко осознавать, что вы приобретаете инструмент по управлению взаимоотношениями с клиентами на долгие годы, и он должен расти и развиваться вместе с бизнесом. Только серьезные, зарекомендовавшие себя на рынке CRM-системы обеспечат возврат вложенных в ИТ-проект инвестиций через повышение эффективности бизнес-процессов, лояльность клиентов и рост прибыли.

#### **Список использованных источников**

1. Абашин А.И. Внедрение розничной CRM-системы в крупном банке на примере ОАО Сбербанк России / А.И. Абашин // Системы управления бизнес-процессами – MBA СЮ, Весна 2012.

2. Аврин С. CRM в банках: инвестировать или нет? / С.Аврин // Форум ИТ.

3. Алборова А. CRM Корпоративный в Сбербанке: больше, чем проект / А.Алборова // Банковские технологии – 2012. – № 3.

4. Полякова М. Создание в Сбербанке CRM-системы, одной из крупнейших в мире, – лишь шаг на пути к централизации ресурсов компании / М. Полякова // Настольный журнал директор информационной службы – 2012. – № 1.

*Мурзина А.Д.  
студентка 3 курс факультета управления  
Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр,  
магистр экономики и управления,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления,  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

#### **Коррупция в системе государственных закупок и пути борьбы с ней**

Коррупция стала масштабной проблемой современности. Ни одно государство, независимо от его социально-экономического и политического устройства, не имеет абсолютного иммунитета к коррупции.

Среди наиболее подверженных к коррупции отраслей лидируют те, где осуществляется основная доля государственных закупок. Это промышленность, сельское хозяйство, здравоохранение, сфера торговли и строительства, и др.

Сегодня государственные закупки в Республике Беларусь – сфера весьма замкнутая, хотя бюджетные расходы здесь составляют около 30% ВВП [1].

О мотивации чиновников сокращать число претендентов на поставки товаров и услуг для органов государственного управления известно давно. В условиях отсутствия контроля со стороны общественности, полноценного парламента, соответствующих контрольных органов, распорядители «чужого» (политики и чиновники) остановились бы на одном поставщике, наладили бы с ним взаимовыгодные связи и покупали бы за 1 млн. долларов то, что можно в условиях свободной конкуренции купить за 200 – 500 тыс. долларов. Помимо контроля, сдерживающим коррупцию фактором является внутренняя культура, воспитание и ценности. Это высокая общественная и деловая ценность репутации. Например, через руки норвежских, датских или новозеландских чиновников тоже проходят миллиарды долларов, но очень редким исключением является злоупотребление доверием избирателей и коллег. Здесь «чужое» священно, даже если это «чужое» обезличено и находится в государственном бюджете.

Сингапурский метод борьбы с коррупцией предполагает очень жесткие наказания даже за самые незначительные нарушения. Особенно это касается распоряжения бюджетными ресурсами и активами. В Сингапуре не только премиальных можно лишиться или должность потерять. Здесь тюремные сроки до 10 – 20 лет и даже смертная казнь не является чем-то необычным. И самое главное, что руководители страны жестким антикоррупционным аршином меряют не только обыкновенных граждан и малый бизнес, но все своё близкое окружение и родственников. Здесь нет привилегированных граждан или компаний, которые могут, минуя закон и четкие процедуры, получить госзаказ или приобрести государственные активы по дешевке.

В Республике Беларусь недостаточно институциональных факторов сдерживания коррупции. Чем больше денег распределяется через республиканский и местные бюджеты, бюджетные и внебюджетные фонды, чем обширнее программы государственных закупок и инвестиций, тем выше вероятность злоупотреблений, мошенничества и коррупции. Мерой предотвращения и ограничения незаконных действий государственных служащих является ужесточение правовых наказаний, а именно: освещение судебных процессов в СМИ. Из чего следует, что при обнародовании судебных дел по части коррупции, количество превышений полномочий и использование определенного статуса чиновника в своих интересах уменьшится.

Одной из составляющих эффективного противодействия коррупции является наличие соответствующей законодательной базы, адекватной степени опасности коррупции и способной реагировать на все виды коррупционных правонарушений, а также закрепляющую действенную систему предупредительных и компенсационных мер, направленных на противодействие коррупции.

Правительство Республики Беларусь приняло ряд мер, которые должны осложнить жизнь коррупционерам, наживающимся на тендерах, проводимых в рамках осуществления государственных закупок [2].

С 1 января 2013 г. начался новый этап государственного регулирования государственных закупок в связи с принятием Закона Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)», который предусматривает полную свободу конкуренции [4]. В законе нет ограничений, у кого можно приобретать товары и услуги за счет бюджетных средств, нет запрета на участие посредников. Правило нового закона – перед бюджетом все равны, каждый вправе свободно конкурировать на рынке любого товара и предлагать его государству.

Закон касается деятельности всех государственных организаций и компаний, получающих финансирование из республиканского и местного бюджетов, органов государственного управления всех уровней, их подразделений, строительных организаций, а также любых лиц, оплата потребностей которых производится за счет средств бюджета.

Также законом определено, что он распространяется на закупку трех основных видов объектов гражданского оборота – товары, работы и услуги. При этом закон не выделяет каких-либо специфических товаров, работ или услуг, определяя специфику их

приобретения, как это ранее было с товарами медицинского, сельскохозяйственного назначения и т.д. Закон подходит обезличено и одинаково к закупке всего, что угодно – от карандаша до реактора, важна сущность процедуры и порядок выбора поставщика, а не вид товара либо работ.

Любая закупка, независимо от суммы разового договора или ориентировочной суммы годовой потребности, должна проводиться через специальную процедуру и с оформлением определенного пакета документов. (Ранее закупки в рамках одного договора либо в разрезе годовой потребности на сумму до 50 базовых величин могли проводиться без какой-либо процедуры или оформления специализированных документов) [3].

Основные процедуры проводятся через электронные торговые площадки и официальный сайт.

Новым законом также установлена открытая информация о процедуре закупки на всех ее этапах (кроме закрытого конкурса и закупки из одного источника).

Также теперь в ходе проведения процедур закупок (кроме закупки из одного источника) запрещено проведение переговоров по вопросу снижения цены и (или) изменения иных условий предложений, поданных участниками.

Также законом не предусмотрена возможность уменьшения цены закупки, в том числе и в период после выбора поставщика и до заключения с ним договора, как это было ранее.

Таким образом, борьба с коррупцией, как важнейшая государственная задача, требует особого и постоянного внимания со стороны государства. К ней должны быть привлечены все основные сегменты гражданского общества. Только совместными усилиями можно добиться положительных результатов: очистить страну от коррупции и повысить престиж государства.

#### **Список использованных источников**

1. Стельмак, М. Под покровом ЕЭП госзакупки раскроют свои тайны / М. Стельмак // Экономическая газета. – 2010. – 24 дек. – С. 27–29.
2. Исчезнет ли в Беларуси тендерная коррупция? [Электронный ресурс] – Минск, 2011. – Режим доступа: <http://udf.by/news/society>. – Дата доступа: 18.11.2013.
3. Хлабордов, В. Государственные закупки: новый уровень регулирования (Комментарий к Закону Республики Беларусь "О государственных закупках") / В. Хлабордов // Главный Бухгалтер. – 2012. – № 30. – С. 33–36.
4. О государственных закупках товаров (работ, услуг): закон Республики Беларусь, 13 июля 2012 г., № 419-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 21.07.2012. – 2/1971.

*Никитина К.Ю.  
студентка 4 курса института менеджмента и экономики  
Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения  
(г. Омск)*

#### **Деньги должны работать**

По данным очередного всероссийского опроса, проводимого исследовательским холдингом Ромир в апреле 2013 года, 80% российских граждан хранят свои сбережения в рублях. Это значение является максимальным за последнее двадцатилетие. Российские граждане уверены, что наличный рубль – самый надежный способ хранения своих накоплений.

Исследовательским холдингом Ромир были заданы вопросы о наличии сбережений. Так же вопросы касались способов хранения сбережений и рекомендаций по инвестированию.

В данном опросе приняли участие 1500 респондентов в возрасте от 18 до 60 лет и старше, которые проживают как в городах, так и в сельской местности во всех 8 федеральных округах.

По мнению 37% опрошенных, самым надежным способом хранения сбережений в России считается наличный рубль, лишь 18% респондентов полагают, что самый надежный способ хранить сбережения в виде вкладов в российских банках и только 6 % респондентов проголосовали за вклады в ценные бумаги.[1]

Каждому известно, что деньги не должны «лежать без дела», деньги должны приносить доход. На сегодняшний день в России 1093 банков, которые предлагают различные виды вкладов.[2] Но многие не достаточно хорошо разбираются во вкладах и потому их деньги продолжают храниться в наличном виде дома и подвергаться тлетворному влиянию инфляции и другим возможным рискам, по причине недоверия россиян, что подтверждают, данные всероссийского опроса. Значение 18% является очень низким, учитывая тот факт, что в Российской Федерации действует Система обязательного страхования банковских вкладов населения, которую осуществляет Агентство по страхованию вкладов. Задача Государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов», заключается в обеспечении страхования вкладов физических лиц в пределах определённой суммы, т.е. защита сбережений населения, размещаемых во вкладах и на счетах в российских банках на территории РФ.

Кроме того, в случае наступления страхового случая, «Агентство по страхованию вкладов» или банки-агенты, произведут страховые возмещения по вкладам всех вкладчиков. Вкладчику не стоит переживать, ведь информация о банке-агенте и его местонахождении находится в свободном доступе. Её можно получить в публикации периодической печати, а так же по месту нахождения банка, в котором размещается вклад.

В соответствии с действующим законом сумма страхования вкладов, а так же и размер возмещения по вкладам установлен в размере 100 % суммы вкладов в банке, что гарантирует вкладчику полное возмещение своих сбережений, в случае отзыва лицензии у банка и прочих неблагоприятных ситуациях. Но сумма компенсации в одном банке не может превышать 700 тысяч рублей, даже если вкладчик хранит деньги на нескольких счетах в этом банке или в нескольких филиалах этого банка. [4]

Если размер вклада свыше данной суммы, можно разместить вклады в нескольких банках. В этом случае, в каждом банке максимальная сумма возмещения будет составлять 700 тысяч рублей, и вкладчик получит компенсацию по всем размещенным вкладам.

Перед размещением вклада, нужно ознакомиться с тем какой банк предлагает наиболее удобные и выгодные условия для вкладчика.

Не стоит опасаться слишком высоких процентных ставок по вкладам в банках с неизвестным именем. Нужно всего лишь выбрать банк, который аккредитован Агентством по страхованию вкладов, выбор велик, ведь таких в России около 900.

По данным Банка России 43 кредитные организации прекратили свое существование в 2013 году. Такая цифра не должна пугать вкладчика, обратившегося в банк аккредитованный Агентством по страхованию вкладов. Так, например, в АВС по банку ОАО «АКБ «Экспресс» за выплатой страхового возмещения обратилось 98% вкладчиков. Ими получено страховое возмещение на сумму 3,5 млрд рублей, что составляет 98% от общей суммы.[7]

Важно, чтобы ставка по вкладу не была свыше 13,25%, то есть не превышала ставку рефинансирования Центрального банка Российской Федерации 8,25%, увеличенную на пять процентных пунктов, действующей в течение периода, иначе доход по такому депозиту будет облагаться налогом.[3]

Разумеется, наиболее высокие процентные ставки по вкладам вкладчик не встретит, обратившись в Сбербанк, ВТБ 24 или Газпромбанк, ведь они считаются самыми надежными. Максимальные ставки вкладчику будут предложены менее известными банками, которые привлекают деньги для дальнейшего кредитования своих клиентов под более вы-

сокий процент. Вклад в Сбербанке может принести до 7-8 % годовых, вклад в менее известном банке – свыше 9%.

В таблице представлены процентные ставки по вкладам в 10 крупнейших банках России на 2013 год. Вклад размещается сроком в один год, на сумму 100 тысяч рублей. [5]

Таблица – Процентные ставки по вкладам в 10 крупнейших банках России

Банк	Наименование вклада	Ставка %, годовых	Пополнение	Наличие условий о капитализации %
1. Банк «Ак Барс»	Навстречу Универсиаде	9,75	Да	Нет
2. Московский кредитный банк	20 лет МКБ	9,75	Нет	Нет
3. МДМ Банк	Бархатный сезон	9,4	Да	Да
4. Номос-Банк	Максимум роста	9,4	Нет	Нет
5. Банк Москвы	Мне выгодно	9,15	Да	Да
6. Россельхозбанк	Агро-классика	8,85	Нет	Нет
7. Банк «Россия»	Классический плюс	8,8	Нет	Нет
8. Промсвязьбанк	Моя выгода	8,6	Нет	Нет
9. Росбанк	Специальный	8,6	Нет	Нет
10. Альфа-Банк	Удачный год	8,5	Да	Да

Самую высокую ставку процента по вкладу предлагают Банк «Ак Барс» и Московский кредитный банк, преимущество Банка «Ак Барс» в возможности пополнения счета, а именно внесения дополнительных взносов на счет вклада в течение срока договора вклада, увеличивающих его сумму. Далее следуют МДМ Банк и Номос-Банк, в МДМ Банк возможно пополнение вклада, а так же ежеквартальное или ежемесячное увеличение суммы самого вклада, что поднимает его на строчку выше.

Из данных отчета Банка России «Инфляция на потребительском рынке», следует, что процент инфляции на ноябрь 2013 года составляет 5,9%. Данное значение является ниже процентных ставок, предлагаемых банками, что свидетельствует о целесообразности вложения средств в банковские вклады.[6]

Инвестирование в ценные бумаги является менее надежным способом хранения сбережений. Если вкладчик размещает деньги в банковский вклад, он точно знает, сколько денег получит в итоге, чего не скажешь об инвестициях в ценные бумаги. Они характеризуются высокой степенью риска, ведь могут, как приносить высокую доходность, так и привести к потерям первоначального вложения.

#### Список использованных источников

1. Исследовательский холдинг Ромир «Преданность рублю». – Режим доступа: [http://romir.ru/studies/462\\_1368648000/](http://romir.ru/studies/462_1368648000/).
2. Сайт Банка России. Режим доступа: <http://cbr.ru/credit/>
3. Налоговый кодекс РФ. Статья 214.2. «Особенности определения налоговой базы при получении доходов в виде процентов, получаемых по вкладам в банках».
4. Федеральный закон № 177 – ФЗ от 23 декабря 2003 года «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации».
5. «Ставки по вкладам. ру» – сайт о вкладах в банках России. – Режим доступа: <http://stavkipovkladam.ru/>.
6. Сайт Банка России. Отчет «Инфляция на потребительском рынке» Режим доступа: [http://cbr.ru/statistics/inf/Inf1\\_01112013.pdf?pid=macro\\_sub&sid=inf](http://cbr.ru/statistics/inf/Inf1_01112013.pdf?pid=macro_sub&sid=inf)
7. Агентство по страхованию вкладов. Режим доступа: <http://asv.org.ru/>

*Пищикова С.К.*  
*студентка 4 курса института менеджмента и экономики*  
*Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*  
*Омский государственный университет путей сообщения*  
*(г. Омск)*

### **Фальшивомонетничество и борьба с ним**

Фальшивомонетничество – это черный бизнес, который занимает в криминальном мире третье место после торговли оружием и наркотиками. Оно существенно подрывает экономику страны, истощает ее финансовые ресурсы.

По признанию специалистов, подделка принадлежит к разряду наиболее трудно раскрываемых преступлений. Как правило, получается разоблачить только лишь каждого 4-ого злоумышленника. Основная масса фальшивых денежных знаков проявляется тогда, когда они уже далеко отошли от «производителя». Как правило, это совершается уже в банке либо в торговом центре при пересчете банкнот. Такая особенность фальшивомонетничества делает его особенно опасным для общества и заманчивым для преступных элементов.

На территории России банковские билеты и монеты ЦБ РФ являются единственным законным средством платежа. Их подделка и незаконное изготовление преследуются по закону.

Наиболее распространенными способами подделки денежных знаков и ценных бумаг являются:

- имитация монет – литье, штамповка, изменение характера обработки гурта.
- подделка бумажных купюр – изготовление при помощи компьютерной техники. Эти же способы применяются и при изготовлении ценных бумаг.

Динамика поддельных денежных знаков Банка России, выявленных в банковской системе России за последние 5 лет, выглядит так:

Таблица 1 – Динамика поддельных денежных знаков в банковской системе России за последние 5 лет

Год	Всего фальшивых купюр (шт.)	В том числе в разрезе фальшивых купюр следующего достоинства			
		5000 руб.	1000 руб.	500 руб.	100 руб.
2008	132941	102	127490	3273	2076
2009	155222	965	150587	1906	1170
2010	128700	3697	122895	1093	955
2011	94567	12478	78368	2574	817
2012	88029	32882	52969	1417	467
2013	179230	84940	88990	3500	1100

Общее количество выявляемых поддельных денежных знаков, начиная с 2009 по 2013 год увеличивается и на этом фоне наблюдается значительный рост количества фальшивых купюр номиналом 1000 и 5000 рублей. Так как технологии, применяемые фальшивомонетчиками довольно высоки, фальшивую купюру бывает сложно отличить.

По данным газеты «Ведомости» от 25.10.2013, №198 (3460), в целях сокращения количества подделываемых и распространяемых купюр, ЦБ в середине октября 2013 года повысил требования к оснащению банкоматов и приемов купюр, установив требования о проверке не менее четырех признаков.

«Центробанк в течение 2013 года вносил изменения в нормативные акты, регламентирующие контрольно-кассовую работу банков» – сообщил начальник управления денежных знаков и профилактики фальшивомонетничества ЦБ Владимир Финогенов.

Финогенов объяснил, что изменения – следствие истории середины октября, когда банки нескольких регионов стали массово отказываться от приема пятитысячных купюр. В начале октября 2013 года прием пятитысячных купюр в банкоматах и терминалах пре-

кратили крупные банки – Сбербанк, Альфа-банк, Банк Москвы, «ВТБ 24». Это связано с участвовавшими случаями подделки пятитысячных купюр. Фальшивки не распознают не только терминалы самообслуживания, но и контрольно-кассовая техника (например, детекторы валют), на которой деньги из терминалов проверяют вручную, говорил ранее сотрудник одного из банков.

Первые поддельные купюры «нового образца» стали находить в терминалах еще в начале сентября 2013 года, отмечает он: «Но банки и разработчики специализированного программного обеспечения не могли решить проблему больше месяца, так что блокировка приема пятитысячных купюр стала оптимальным способом обезопасить себя».

На сегодняшний день активное внедрение в нашу жизнь современных компьютеров, сканеров, цветных принтеров, многоцветных копировально-множительных аппаратов с высокими техническими возможностями, качественно новый уровень развития в стране способов оперативной полиграфии, доступность их приобретения благоприятствует изготовлению поддельных денег за сравнительно небольшой промежуток времени и с достаточно высокой степенью схожести с настоящими. Это, в свою очередь, послужило причиной увеличения числа преступлений, связанных с изготовлением и сбытом поддельных денег различных номиналов разных государств. Такие подделки составляют 90-95 % от всех подделок национальной валюты

Наиболее качественная офисная техника позволяет имитировать микротекст, водяные знаки, скрытые радужные полосы, клип-эффект и т.д. Лазерные принтеры при печати отображают цифровой код в виде желтых точек, которые не воспринимаются глазом. В ультрафиолете точки начинают светиться, а по коду можно вычислить номер принтера, а соответственно продавца и покупателя.

На сегодняшний день существуют современные средства защиты денежных купюр, и они делятся на два типа:

- органолептические, т.е. проявляющиеся при зрительном восприятии
- машиночитаемые, представляющие собой запрограммированные комбинации красок с разными физическими свойствами, распределенные по банкноте в строго определенном порядке и создающие легко распознаваемые образы в какой-либо области спектра.

Также МВД России предлагает ввести обязательную регистрацию полиграфической техники, которая дает возможность делать высококачественные копии денежных знаков, и запрет ввоза на территорию государства полиграфической техники, не оборудованной защитой от копирования денег. Обязательная разработка и внедрение стандартов контролирующего оборудования проверки денежных знаков и создание в криминалистической службе правоохранительных органов банка данных о поддельных деньгах с их кодированием соответственно международным стандартам. Требуется усиления таможенного контроля, который позволит ограничить импорт фальшивых денег. Это не даст 100% прекращения их подделки, но, по крайней мере, уменьшит объемы. В целом все то, что выдавало бы подделку.

Необходимо также проведение научных исследований с целью разработки экспертной методики диагностирования поддельных денег, которая бы предоставляла информацию по оборудованию, на котором они были изготовлены, определяла круг организаций с таким оборудованием, расходные материалы. Это существенно бы облегчило вычисление фальшивомонетчиков, но на сегодняшний день это не возможно.

Эффективное противодействие подделке денег должно включать разработку и введение в действие национальной программы этого противодействия, ежегодное уменьшение обращения наличных денег и широкое внедрение электронных расчетов (электронных денег).

Электронные деньги предоставят возможность сэкономить на издержках кредитно-денежного обращения, повысить качество и расширить спектр банковских услуг, что особенно актуально для России. Кроме того, можно будет сократить наличную денежную массу, ускорить оборот безналичной денежной массы.

Банк России разработал стратегию развития платежной системы страны. Одобрена Советом директоров Банка России (Протокол № 4 от 15 марта 2013 г.). Мероприятия по ее реализации включают создание системы расчетов в режиме реального времени, т.е. переход на качественно новый уровень передачи банковской информации, развитие негосударственных расчетных и клиринговых систем; разработку систем стандартизации к сертификации технологии; создание условий для внедрения расчетов платежными (пластиковыми) карточками.

Но уже сегодня бумажные деньги понемногу уходят из обращения, уступая безналичным платежам, а следовательно, искать новый вид фальшивомонетчиков необходимо прежде всего среди взломщиков и иных киберпреступников.

#### **Список использованных источников**

1. Каледина А. 8 способов отличить настоящую тысячерублевку от фальшивой // «Комсомольская правда», (1) 2013.
2. Фальшивые рубли – статистика ЦБР (2013) // [Электронный ресурс]. – <http://finnotes.com/ruble-counterfeiting-2011.html>
3. Бессчастный, С.А., Косарев, А.В. Ответственность за изготовление или сбыт поддельных денег или ценных бумаг по уголовному законодательству Российской Федерации. – 2003.
4. Марданов Р.Д. Соотношение права и экономики в российской модели государственности (теоретико-методологический аспект). Казань, 2003.
5. Стратегия развития национальной платежной системы [Электронный ресурс]. – [http://www.cbr.ru/today/payment\\_system/P-sys/strategy\\_psys.pdf](http://www.cbr.ru/today/payment_system/P-sys/strategy_psys.pdf)
6. Илларионов А. Размеры государства и экономический рост // Вопросы экономики. – 2002.
7. ЦБ поможет банкам защититься от фальшивок [Электронный ресурс]. – <http://www.vedomosti.ru/finance/news/17942911/menshe-chetyreh-ne-proveryat>

*Попова Т.А.  
студентка 3 курса факультета информатики и экономики  
Научный руководитель: Маркевич И.В., канд. экон. наук,  
доцент каф. экономики  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Особенности финансового поведения населения**

Экономическая теория – это наука, изучающая человеческое поведение с точки зрения соотношения между целями и ограниченными средствами, которые могут иметь различное употребление. Экономическая теория провозглашает свой, уникальный, экономический подход, который интегрирует множество разнообразных форм человеческого поведения в его особый вид – финансовое поведение [2, с. 679].

Под финансовым поведением потребителей следует понимать поведение, связанное с перераспределением и инвестированием денежных ресурсов [3, с. 20].

Актуальность исследования задач, связанных с изучением финансового поведения населения, обусловлена недостаточной научной разработанностью проблем формирования отвечающего требованиям развитых финансово-экономических отношений финансового поведения населения в современной России.

Методология социологического исследования финансового поведения населения заложена в классических работах М. Вебера, Т. Веблена, Г. Зиммеля, В. Зомбарта, К. Маркса, О. Шпенглера, в трудах Дж. Кейнса, К. Поланьи, Д. Рикардо, П. А. Сорокина, М. Фридмана, Ф. Хайека, Й. Шумпетера и др.



Среди отечественных экономистов и социологов можно выделить Д. Стребкова, который выделил факторы, характеризующие отношение населения к деньгам, сбережениям и долгу. Для выявления достаточно однородных групп граждан, имеющих сходные установки, предпочтения, социокультурные стереотипы, Д.Стребков выявил шесть типов кредитного поведения населения: 1) вынужденные потребители; 2) активные сберегатели; 3) осторожные сберегатели; 4) осторожные заёмщики; 5) активные заёмщики; 6) активные потребители [1, с.109 – 128].

Соответственно, выделяют следующие виды финансового поведения:

1) финансовое планирование 2) минимизация рисков 3) сбережения 4) инвестиции 5) страхование 6) кредиты.

Исследования Д. Стребкова приводят к выводу о том, что бережливость, забота о завтрашнем дне проявляются у людей независимо от величины их доходов, и во многом зависят от нормо-ценностных установок и ориентаций. Разделяя научные взгляды Д. Стребкова, приведём результаты наших собственных исследований.

Наиболее существенные результаты были достигнуты путём использования эмпирического метода исследования. Он состоял в проведении анонимного анкетирования, в котором участвовали 50 человек – 13 респондентов мужского и 37 женского пола. Тестировались две группы студентов 3 курса по 25 человек: студенты Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета (с экономической направленностью) – группа 1232 и студенты Пермского авиационного техникума им. А. Д. Швецова (с гуманитарной направленностью) – группа Эк 11-1. Возраст группы ВУЗа – от 19 лет до 21 года, группы СУЗа – от 18 до 20 лет. Выбор целевой аудитории исследования был обусловлен желанием выяснить – какое финансовое поведение присуще современным студентам экономической и гуманитарной направленности разного возраста и пола. А также были исследованы астрономические характеристики планетных систем, которые оказывают сильное влияние на развитие личности и, как следствие, на финансовое поведение.

Исследование показало, что студенты техникума (с гуманитарной направленностью), склонны в большей степени к финансовому риску. На их финансовое поведение влияют такие факторы, как:

- образование; их специальность не предусматривает получения тех экономических знаний, умений и навыков, которыми обладают студенты ВУЗа; они не следят за новыми тенденциями развития современной экономики;
- возраст и уровень дохода; студенты СУЗа, ещё не имеют постоянного источника дохода, то есть не получают заработную плату, некоторые из них не достигли совершеннолетия. В основном, их содержанием занимаются родители;
- влияние планетных систем; исследование показало, что личностные характеристики знаков зодиака играют важную роль в управлении денежными средствами. Выяснилось, что самыми расточительными и эмоциональными знаками зодиака среди студентов являются козероги и овны, так как они скорее пытаются преумножить свои денежные средства, чем сохранить их.

Именно поэтому студенты техникума часто рискуют и нерационально распоряжаются своими денежными средствами.

На финансовое поведение студентов университета (с экономической направленностью) влияют такие факторы, как:

- образование; их специальность подразумевает получение нужных знаний, умений и навыков в области экономики, которые позволяют рационально распоряжаться денежными средствами;
- возраст и уровень дохода; многие из них имеют постоянную работу, то есть сами способны полностью обеспечивать себя;
- влияние планетных систем; задачей представителей данной группы является сохранение, нежели преумножение, располагаемых денежных средств. Самыми легкомысленными и непрактичными знаками среди них являются тельцы.

Таким образом, студенты университета рискуют меньше, разумно и целесообразно распоряжаются денежными средствами.

В ходе исследования также было выявлено следующее: низкая степень доверия к финансовым институтам (лишь 36 % техникума считают безопасным хранение денег в банке); низкий уровень финансовой грамотности студентов среднего специального учебного заведения.

Таким образом, выявлены факторы, влияющие на финансовое поведение населения:

- возраст определяет степень склонности к риску;
- образование даёт возможности для получения знаний в области экономики и финансов;
- уровень дохода семьи позволяет рационально распоряжаться денежными средствами;
- род занятий и сфера занятости влияют на финансовую культуру;
- знак зодиака определяет личностные особенности финансового поведения человека.

Финансовое поведение населения как часть поведения само имеет сложную структуру и является неотъемлемой частью финансовой системы, финансовых рынков, а также систем труда и потребления. Все эти системы находятся в сложном взаимодействии и испытывают на себе влияние множества факторов.

#### **Список использованных источников**

1. Стребков Д. Основные типы и факторы кредитного поведения населения в современной России / Д. Стребков // Вопросы экономики. – 2004. – № 2. – С. 109-128.
2. Экономический словарь / под. ред. А. Азрилияна. – Р-на-Д.: Институт новой экономики, 2009. – 1152 с.
3. Экономический словарь / под ред. Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовского, Е.Б. Стародубцевой. – М.: Инфра-М, 2010. – 512 с.

*Постникова К.А.  
студентка курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
Пермская Государственная Сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

#### **Беспроцентный кредит: миф или реальность?**

На сегодняшний день информация о беспроцентном кредитовании у всех на слуху. О ней мы слышим рекламу по радио, читаем в газетах, видим массу различных буклетов. Актуальность такого кредитного продукта не удивительна, ведь мало кто откажется взять займы и при этом не переплачивать. Однако не даром всем известная поговорка гласит «Бесплатный сыр бывает только в мышеловке», так может произойти и в случае с беспроцентным кредитом – можно «клюнуть» на заманчивое предложение и не заметить всех тонкостей и «подводных камней».

И верно, мелким шрифтом на рекламных щитах указывается, что под «беспроцентным» подразумевается кредит со ставкой 0,01, 0,1 или даже 1% в месяц (т. е. получается 0,12-12% годовых, а это достаточно выгодное предложение). Такие кредиты чаще всего предлагают оформить на открытии или при других событиях в крупных торговых центрах.

Представить, что множество магазинов бытовой техники и пр. нарушают закон, достаточно сложно, следовательно, можно сделать вывод, что реклама не в полной мере отвечает действительности.

Можно приобрести вещь в кредит, процентная ставка по которому для заемщика действительно будет равна нулю – в случае покупки морально устаревшего товара на распродаже. В таком случае обязательства по выплате процентов берет на себя магазин.

Переплата может быть заложена и в цену товара – так в одном магазине предлагается оформить кредит под 0,1% годовых на холодильник, стоимостью в 24 000 рублей, тогда как в другом такая же модель обойдется в 20 000 рублей.

Приведенные выше ситуации описывали действительно беспроцентные кредиты, в которых покупатель может извлечь для себя выгоду. У банков существует множество других возможностей скрыть проценты (иногда реальная ставка по 0% кредиту может составить 20-30% годовых). Один из них – расчет процентной ставки в зависимости от изначальной суммы кредита, а не от остатка долга [3, с. 76].

Рассмотрим несколько вариантов беспроцентных кредитов.

#### 1. Доход банка за счет комиссий

В этом случае масса вариантов здесь могут быть и разовые комиссии за оформление договора и ежемесячные за ведение ссудного счета, за обслуживание кредитной карты, за снятие наличных и за погашение кредита.

#### 2. Дополнительная страховка

Страховка может быть как самого физического лица, так и страхование финансовых рисков. В любом случае часть средств в виде дохода возвращается кредитной организации. С одной стороны можно и отказаться от оформления страховки, но представитель банка может преспокойно умолчать об этом. Т.к. частенько по страховкам бывают планы, согласно которым консультант минимум 60% кредитов должен выдать с оформлением страховки [1, с. 175].

#### 3. Сезонные акции

Скидки и сезонные предложения банков – одни из самых опасных для потребителей. Сложно пройти мимо акции «0% переплаты». Обычно в рамках такой акции банк заключает договор с продавцом: последний дает скидку на товар в размере процентов по кредиту. В итоге выиграть должны все: покупатель ничего не переплачивает, банк получает свои проценты, а ритейлер реализовывает товар, несмотря на небольшой размер дисконта.

На деле это выглядит так: прежде всего, участвуют далеко не самые привлекательные товары. В итоге покупатель, клюнувший на рекламу, скорее всего, будет вынужден либо уйти из магазина с пустыми руками, либо согласиться на ходовой товар, но по менее привлекательным условиям кредитования.

Кроме того, такой кредит изначально предполагает значительный первоначальный взнос (60%). Также предполагается комиссия за выдачу «беспроцентного» кредита, что делает его не таким уж и бесплатным. Если клиент просрочит выплату, к нему будут применены общие правила кредитования, соответственно, ставка может подняться до 30-40% годовых в зависимости от цели заимствования. Если речь идет о покупке автомобиля в рассрочку, придется потратиться еще и на КАСКО [2, с. 58].

#### 4. Скидка на товар

В этом случае на первый взгляд все благоприятно для клиента, т.к. теоретически выгоду банку оплачивает продавец товара, то есть магазин предоставляет клиенту скидку при оформлении товара в кредит, а сумма этой скидки идет на оплату процентов по кредиту.

Скорее всего, эта скидка уже заложена в цену товара, и магазин сбывает залежавшийся товар. Перед покупкой следует сравнить цены в других магазинах [2, с. 58].

#### 5. Льготный период

Существуют предложения по оформлению кредитных карт с льготным периодом, так называемым Грейс-периодом. В среднем льготный период составляет 50 дней. Действительно, пользоваться деньгами в этот период бесплатно – реально [4, с. 79].

Главное точно знать, когда начинается и заканчивается льготный период, т.к. начало льготного периода может быть привязано к началу месяца, а не к дате первой покупки.

Не снимать наличные, т.к. за снятие наличных однозначно будет взята комиссия. Лучше использовать карту только для безналичной оплаты товаров и услуг.

Успевать закрыть кредит в Грейс-период. Т.к. в договоре может быть прописано условие, что если кредит не закрыт в льготный период, то по нему начисляется определенная процентная ставка, причем начиная с самого первого дня пользования кредитом [3, с. 77].

#### 6. Штрафные санкции

По беспроцентным кредитам могут быть очень жесткие штрафные санкции, которые начисляются ежедневно. И опоздание в поступлении платежа на пару дней может вылиться в цепочку просрочек и штрафов, что существенно увеличит стоимость кредита.

#### 7. «Перекрестные продажи»

В этом случае банк, предоставляя кредит под 0%, привлекает клиента, чтобы в дальнейшем продать уже совсем не бесплатный продукт/услугу. Например, вдобавок к беспроцентному кредиту могут подарить кредитную карту, с уже открытым кредитным лимитом [2, с. 58].

К сожалению, пока в нашей стране реальный процент по кредиту можно узнать только после подписания договора с банком. Часто не помогает ни распечатанный график платежей, ни тем более рекламные проспекты. На условия по кредиту накручиваются разнообразные комиссии, пени, страховки и прочие финансовые услуги, отказаться от которых бывает очень непросто. Есть два выхода. Первый – сколько бы раз ни обсуждали условия кредитования с сотрудниками банка, возьмите договор домой, и внимательно прочитайте еще раз, а лучше три. Второй – не берите кредитов.

#### **Список использованных источников**

1. Демин Ю. Все о кредитах – понятно и просто. СПб.: Питер, 2007. – 208 с.
2. Захаров И. Беспроцентный кредит – подвохи // Частный корреспондент, 2012. № 16. С. 58.
3. Смурнов Е., Чехун В. Фокусы с кредитами, или как разглядеть суть среди лукавых цифр // Эксперт Северо-Запад, 2004. №30-31 (187). С. 76-77.
4. Федоров Б. Как правильно взять и вернуть кредит. СПб.: Питер 2006. – 172 с.

*Рацупкина Е.А.  
студентка 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Юсупова О.А, канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения,  
Институт менеджмента и экономики  
(г. Омск)*

#### **Системы денежных переводов внутри России и за рубеж**

Тема денежных переводов в современной России актуальна как никогда. В настоящее время объем международной и внутренней миграции в стране по данным Росстата [1] увеличивается с каждым годом, что прямо сказывается на объемах денежных переводов. Статистика прошлых лет, собранная Банком России, подтверждает эту зависимость [2]. По данным статистики трансграничных переводов Банка России, за 3 квартал 2013 года было переведено за рубеж всего 7207 млн. долларов США против 6474 млн. долларов в 2012 году и 5595 млн. долларов в 2011 году [11].

В настоящей статье под денежными переводами мы будем подразумевать форму перевода денег по банковской либо почтовой системе физическим лицом без открытия банковского счета.

В настоящее время распространение в России получили следующие виды денежных переводов:

- 1) почтовый перевод,

- 2) перевод посредством интернет денег,
- 3) банковские переводы
  - а) внутрибанковские переводы
  - б) переводы с помощью системы денежных переводов.

Почтовыми денежными переводами занимается Почта России, к ее услугам относятся такой вид денежных переводов как «КиберДеньги». От прочих видов денежных переводов почтовый перевод отличается своей широкой доступностью, так как получить и отправить перевод можно в любом из отделений Почты России, включая отдаленные районы. К недостаткам этой системы можно отнести отсутствие в отделениях Почты России изолированных касс, занимающихся непосредственной работой с переводами, а также долгий срок перевода денег в отдаленные районы [3].

Наиболее распространенными интернет деньгами в России являются «WebMoney» и «Яндекс.Деньги», но существуют также такие виды интернет денег как «Деньги@mail.ru», «RBK Money», «QIWI» и др. Все эти системы характеризует прямая доступность «из дома», через интернет, что и является их основным преимуществом перед другими системами. К общему недостатку данных систем относятся высокие тарифы за вывод денежных средств, которые часто представляют собой сумму комиссий банка (кредитной организации) либо системы денежных переводов (Юнистрим, Contact и пр.) и самого сервиса интернет денег [4].

К банковским же переводам относятся непосредственно внутрибанковские услуги по переводам, такие как «Колибри» (бывший «Блиц») от Сбербанка, а также системы денежных переводов, такие как Юнистрим, Western Union, Золотая Корона и др. Системы денежных переводов сочетают в себе высокую скорость перевода (обычно около 10 минут) и широкую доступность, поскольку получить и отправить перевод по системе денежных переводов можно в любом из офисов партнеров данной системы (а для отдельных систем также посредством онлайн перевода с банковской карты, мобильного телефона или терминала самообслуживания [6]), что позволяет создать широкую сеть пунктов обслуживания, превосходящую по своим масштабам сеть офисов любого отдельного банка. Получить такой денежный перевод можно либо в конкретном пункте обслуживания, если перевод был адресным, либо в любом из пунктов конкретной системы, если перевод был безадресным.

Что касается скорости денежного перевода, то все системы переводят деньги внутри России за 10-20 минут, а за рубеж в течение часа [5, 6, 7, 8, 10]. Система Western Union также предлагает услугу несрочного перевода, который выполняется в течение 12 часов, комиссия за такой перевод значительно ниже обычной комиссии за срочный перевод Western Union.

Поскольку объектом исследования в статье являются системы денежных переводов, мы рассмотрим самые популярные системы переводов в России [9] и проанализируем полученные по ним данные, чтобы определить наиболее выгодную систему для использования физическими лицами – резидентами РФ (см. табл. 1).

Таблица 1 – Сводные данные по системам денежных переводов в России, 2013 г.

Система денежных переводов	Тарифы на переводы по РФ	Тарифы на переводы за рубеж	Макс. Сумма перевода по РФ	Макс. Сумма перевода за рубеж
1. Золотая корона [8]	1%, не более 1000 р.	до 2000\$ – 1%, от 2000\$ – 0,5%	590 000р.	5 000\$
2. Western Union [7]	от 1,7% до 1,3% с возрастанием суммы перевода	от 2% до 0,5% с возрастанием суммы перевода	5 000\$	5 000\$

Продолжение таблицы 1

Система денежных переводов	Тарифы на переводы по РФ	Тарифы на переводы за рубеж	Макс. Сумма перевода по РФ	Макс. Сумма перевода за рубеж
3. Юнистрим [6]	от 1,5% до 1% с возрастанием суммы перевода	от 1,5% до 1% с возрастанием суммы перевода	900 000р.	5 000\$
4. Blizko [10]	от 0,5% до 0,8 % с возрастанием суммы перевода	около 0,6%, в зависимости от страны получателя	15 000\$	5 000\$
5. Колибри (Блиц) [5]	1,5 %, минимум 150 р., максимум 1000 р.	отправитель – 1%, получатель – 1%, минимум 150р, максимум 1000р.	500 000р.	5 000\$

Рассмотрев наиболее популярные системы денежных переводов, мы приходим к выводу о том, что наиболее выгодной системой для перевода денег по России является система «Blizko» с комиссией в 0,6%, но наиболее высокую разрешенную к переводу сумму в размере 900 000 р. предоставляет система «Юнистрим». За эту сумму системой будет взиматься комиссия по своему наименьшему тарифу в размере 1% от суммы.

Для внешних переводов в страны СНГ выгоднее всего также использовать систему «Blizko» с тарифами в 0,5%-0,8% в зависимости от суммы и страны перевода.

Про это дело написала над таблицей и выделила красным, потому что там общие сведения, которые для всех систем практически одинаковы, а здесь конечные выводы.

#### Список использованных источников

1. Миграция населения // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/demo/migr1\\_bd.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/migr1_bd.htm)
2. Трансграничные денежные переводы в Российской Федерации // Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/analytics/print.asp?file=Rem.htm>
3. Финансовые услуги // Почта России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russianpost.ru/rp/service/ru/home/finuslug>
4. Перевод денег: получение наличными // ЯндексДеньги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://money.yandex.ru/doc.xml?id=524812>
5. Срочный перевод наличными Колибри // Сбербанк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sberbank.ru/moscow/ru/person/remittance/colibri/>
6. Денежные переводы Юнистрим [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unistream.ru/>
7. «Western Union» – денежные переводы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.westernunion.ru>
8. Золотая Корона – Денежные Переводы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.perevod-korona.com>
9. Определены самые популярные системы денежных переводов у россиян: Золотая Корона и Western Union // Клерк.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klerk.ru/bank/articles/345578/>
10. Blizko Денежные переводы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.blizko.biz>
11. Трансграничные переводы, осуществленные через системы денежных переводов в 2013 году // Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=CrossBorder/C-b\\_rem\\_13.htm&pid=svs&sid=TGO\\_fiz\\_post](http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=CrossBorder/C-b_rem_13.htm&pid=svs&sid=TGO_fiz_post)

*Репетило А.Ю.*  
*студентка 4 курса факультета экономики и управления*  
*Научный руководитель: Волошина О.В.,*  
*ст. преподаватель кафедры финансов и кредита*  
*Кременчугского национального университета имени М. Остроградского,*  
*(г. Кременчуг, Украина)*

### **Оценка уровня капитализации украинских банков**

Экономическое развитие страны зависит от эффективной функционирующей банковской системы. Украинские банки являются финансовыми посредниками на кредитном, валютном и фондовом рынках.

Капитализация банковской системы страны выступает как инструмент обеспечения конкурентоспособности деятельности банков, выполнения основных задач устойчивого развития экономики Украины.

Значительное внимание вопросу повышения капитализации банков уделяют в своих работах такие ученые: М. Алексеенко, Н. Версаль, А. Вожжов, В. Геец, А. Грищенко, В. Герасименко, Ж. Довгань, В. Коваленко, В. Мищенко, А. Дзюблук, А. Заруба, А. Мороз, Е. Осадчий, М. Савлук, Н. Славянская, К. Черкашина, Ю. Уманцев, и др.

Капитализацию банковской системы современные ученые рассматривают с двух сторон: с одной стороны – как стоимость акций банка на фондовом рынке, а с другой стороны – как совокупный собственный капитал банка. Поэтому целью данного исследования является всестороннее изучение современного состояния и динамики показателей капитализации, то есть и с стороны достаточности капитала и со стороны формирования и наращивания стоимости.

На современном этапе проблему капитализации часто путают с проблемой размера уставного капитала или с проблемой лицензионных требований к размеру регулятивного капитала. В связи с этим, необходимо четко указать, что проблема капитализации – это проблема недостаточной адекватности капиталов банков к размеру сформированных ими активов [1].

Основным показателем уровня капитализации банков является отношение совокупного банковского капитала к ВВП. Минимально необходимый размер отношения этого показателя должен составить около 6% ВВП. Оценка этого показателя осуществим по данным, представленным в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика показателя соотношения собственного капитала банков к ВВП

Показатели	2010	2011	2012	2013
ВВП, млн.грн [2]	1082569	1302079	1408889	1440000
Темпы роста, %		120,3	108,2	102,2
Капитал банковского сектора, тыс.грн [3]	86294389	155486926	170196262	192598964
Темпы роста, %		180,2	109,5	113,2
Соотношение показателя собственного капитала банка до ВВП, %	8	11,9	12,1	13,4
Темпы роста, %		148,8	101,7	110,7

Из таблицы видно, что в Украине уровень капитализации растет. Основой такого роста является превышение темпов роста банковского капитала над темпами роста ВВП. Капитализация банковского сектора была приоритетным направлением политики НБУ. Поэтому видим плоды такой политики. Не нужно исключать инфляционный фактор влияния на уровень капитала. Когда активы банка размещены в валютные ценности, по которым растет курс достаточно динамично, то собственный капитал наращивается именно за счет роста курса валют. Кроме того, в Украине капитализация повышается за счет увеличения количества банков, а не за счет их финансового укрепления, что может привести к потере доверия у населения, конкурентоспособности, а впоследствии и банкротства большинства

украинских банков. Так по данным НБУ количество банков в течение 2010-2012 годов была неизменной, и в этот период в Украине действовало 176 банков. В 2013 году количество банков возросло до 180. Такой резкий рост наблюдался только в 2008 году, в период финансового кризиса. Отметим, что в странах с переходной экономикой этот показатель превышает 40 %, в развитых – 80% и более, поэтому можем утверждать, что сегодня банковская система еще не может быть эффективным инструментом реализации политики экономического роста.

Также важным показателем достаточности капитала банка является соотношение собственного капитала к общим активам и доля уставного капитала в собственном капитале.

Результаты расчета этих соотношений представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Динамика доли собственного капитала в общих активах и уставного капитала в собственном

Как видим, доля собственного капитала в общих активах банка наращивается, однако доля уставного капитала банков в собственном капитале стабильно низкая, и хотя не резко, но сокращается с годами. Это свидетельствует о том, что основное, на что могут надеяться вкладчики по защите своих средств, это доходы банка в прошлых годах. Владельцы капиталов на формирование банковского капитала выделили не значительны суммы, но за время существования банковских структур приумножили его в несколько раз. А это свидетельствует о рискованность такой сферы деятельности, потому что не придерживается принцип, на котором настаивают сами банкиры – любой проект должен быть профинансирован и собственным и заемным капиталом, тогда в его инициаторов есть личная заинтересованность в наращивании эффективности.

Далее проследим, как рынок реагирует на такое низкое качество капитала банковского сектора Украины. Для этого необходимо проследить динамику рыночной стоимости акций банков, т.е. изучим вопрос капитализации со стороны фондового рынка. В первую очередь отметим, что большинство банков в Украине созданы как частные акционерные общества. Однако на украинском фондовом рынке обращаются акции только меньшей половины существующих банков. Поэтому оценивать капитализацию по общепринятым приемам сложно. Сначала надо обратить внимание на то, что объемы торгов в 2013 году катастрофически низкие (рис.2).



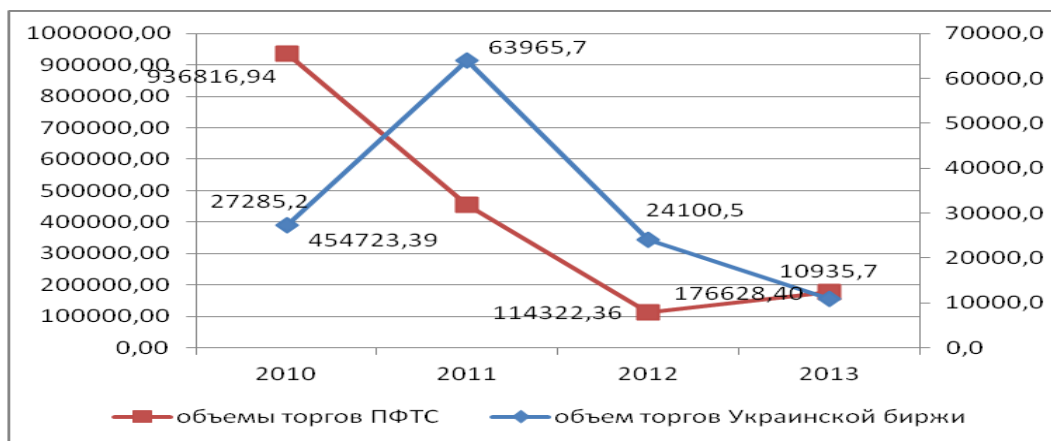


Рисунок 2 – Динамика показателей объема торгов ведущих бирж Украины

Падение объемов торгов само собой свидетельствует о сокращении интереса к акциям, а соответственно и о скрытой угрозе падения капитализации всех инструментов фондового рынка. На Украинской бирже вращается 14 финансовых инструментов эмитированных банками. Однако из них только 3 имеют активный оборот, за всеми остальными сделки осуществляются или раз в год, или совершенно не системно. Информация, о состоянии капитализации этих банков представлена на рисунке 3.

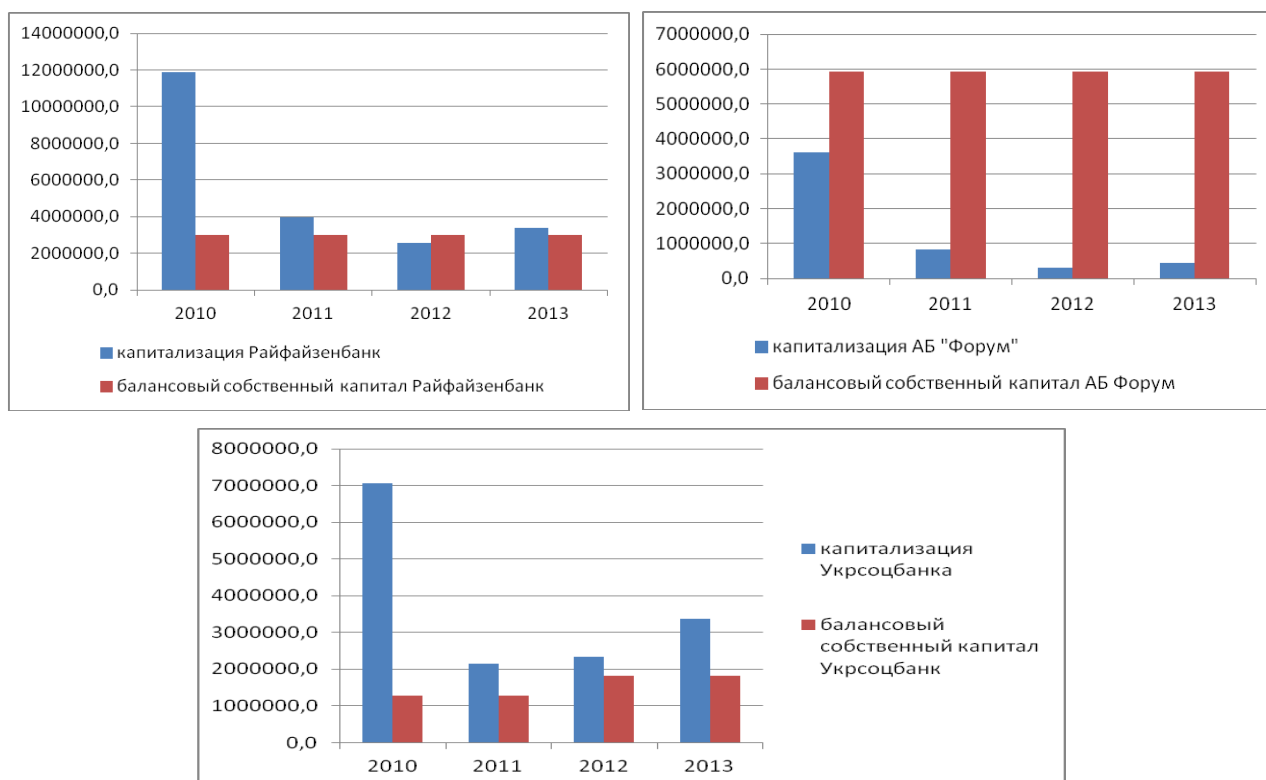


Рисунок 3 – Динамика показателей рыночной капитализации банков

Из рисунка 3 можем наблюдать, что зависимости рыночной стоимости капитала от его балансовой стоимости не имеет. Банк Райффайзенбанк Аваль имеет достаточно низкий уровень собственного капитала, уровень его рыночной стоимости падает, самое резкое падение – в 2011 году, когда существенно обвалилась цена одной акции. Оправиться от такого падения акции так и не смогли. Банк «Форум» наоборот имеет достаточно значительный уровень собственного капитала и недооцененные рынком акции в течение всего периода исследования. Однако и в таких условиях рыночная цена имеет

резкую тенденцию к падению. Банк «Укрсоцбанк» столкнулся со значительным падением цены акции в 2011 году и в последние три года демонстрирует тенденцию к росту. При этом номинальный капитал банка ниже рыночного и потерпел сокращение в 2013 году.

Таким образом, наблюдаем общее сокращение капитализации банков Украины. Проведенное исследование позволяет утверждать, что действительно банки Украины имеют проблемы капитализации с какой бы стороны ее не рассматривали.

Обычно две позиции между собой тесно взаимосвязаны, поскольку низкое качество капитала проявляется в низкой цене его акций, как ни странно не наблюдалось связи между уровнем балансового капитала и рыночной капитализации.

#### **Список использованных источников**

1. Каба А.В. Проблема капитализации банков на пути интеграции финансово-кредитной системы Украины [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/5.\\_NTSB\\_2007/Economics/20371.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20371.doc.htm).
2. Официальный сайт НБУ [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=74208](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=74208)
3. Официальный сайт ООН [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://w3.unece.org/pxweb/database/STATRU/20-ME/1-MEOV/?lang=14>

*Рыбников А.С.  
студент 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения,  
Институт менеджмента и экономики  
(г. Омск)*

#### **На пути защиты карточных платежей**

В условиях развивающегося постиндустриального общества жизнь и ее условия также претерпевают коренные изменения. В настоящее время все возрастающее значение отводится тем сферам жизнедеятельности, которые способствуют развитию мобильных услуг.

Так, банк, будучи денежно-кредитным институтом, предоставляет возможность клиентам совершать расчетные операции «не выходя из дома» в безналичной форме. Пластиковая карта или банковская карта, привязанная к одному или нескольким счетам в банке, является основным звеном безналичного расчета. Она используется для оплаты товаров и услуг, в том числе через Интернет, а также снятия наличных. В последние годы подобные безналичные расчеты активно развиваются. Расчеты с помощью пластиковой карты имеют ряд преимуществ:

- Простота использования;
- Отсутствие у держателя необходимости иметь в кошельке большую сумму денег (в наличной форме);
- Возможность блокировки операций в случае утери или кражи карты;
- Отсутствие у держателя необходимости декларировать на таможне имеющиеся на карте средства;
- Возможность использования банковских карт международных платежных систем для оплаты товаров и услуг в большинстве стран мира, а также через Интернет.
- Мгновенное совершение операций по получению наличности или оплаты товаров и услуг с банкоматов или торговых терминалов в любой точке мира.[2]

Однако пластиковые карты не всегда способны защитить денежные средства. При расчётах через Интернет и получении наличности через банкоматы и оплаты товаров в сомнительных точках, существует ненулевая вероятность стать жертвой мошенничества с использованием технических средств.

Так, в 2008 году потери от мошенничества по банковским картам, оцениваются в 762 млн. рублей, в 2010-м- 1,4 млрд. рублей, а в 2011 – 2,4 млрд. рублей. [1] В 2012 году эти данные составили 3,8 млрд. рублей, в 2013 – 10 млрд. рублей. [5] Отсюда видно, что рост краж денежных средств с пластиковых карт прогрессирует с высокой скоростью.

Для предупреждения и решения проблем мошенничества и воровства через платежные системы Государственной Думой принимаются соответствующие законодательные акты.

Так, федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27. 06. 2011 №161 – ФЗ признал законный статус «электронных денег», однако он не в достаточной степени защищал деньги, так как держатель карты мог поздно заметить пропажу денежных средств со счета, что в значительной степени усложняло дальнейший их поиск. Возникла необходимость дальнейшего усовершенствования этого закона. В течение двух лет поправки рассматривались депутатами Госдумы. Такое затянувшееся принятие закона может быть объяснено недовольством двух противоборствующих сторон: банков и держателей карт. Однако, с 1 января 2014 года закон с внесенными в него поправками от 28 декабря 2013 вступил в силу.

В действующей редакции статье 9 закона «О национальной платежной системе» держатель карты, пострадавший от мошеннических действий по карте, может в течение одного дня оспорить эту операцию. Это означает, что, если по карте были совершены операции третьими лицами без вашего ведома, например, снятие наличных или оплата покупок в торгово-сервисной сети, то в течение одного рабочего дня клиент может обратиться в банк с заявлением о возврате украденных средств.[3]

Говоря о новшествах этого закона, стоит отметить его положительные стороны, а именно его направленность на держателей карт: Во-первых, если клиент сообщил в течение суток о том, что деньги сняты или переведены со счета без его ведома, то банк должен вернуть человеку всю сумму. И лишь потом проводить расследование. Таким образом, все бремя доказательств переносится с клиента на банк. Во-вторых, согласно закону, банк обязан предупредить своего клиента о проведенной операции посредством СМС-уведомлений.

Кроме того, есть свои плюсы и для банков: если будет установлена вина клиента, он вправе потребовать от клиента возврата незаконно выплаченных средств.

Таблица 1 – Сравнительная таблица положений закона 161-ФЗ «О национальной платежной системе» в редакции 2011 и 2014 года

Сравнительный параметр	Закон «О национальной платежной системе» от 2011 года	Закон «О национальной платежной системе» от 2014 года
1. Отправка СМС уведомлений	- установление СМС уведомлений об операциях по желанию клиента (платная услуга)	- обязательное СМС уведомление о всех операциях (бесплатная услуга)
2. Установление причин пропажи денег	- необходимость держателю карты самостоятельно доказывать несанкционированные операции с картой	- обязанность банка выяснить причину пропажи денег
3. Обязательность возвращения пропавших денежных средств	- возвращение пропавшей суммы денег на усмотрение банка	- обязательное возвращение пропавших средств
4. Срок уведомления о пропаже денежных средств	- сообщение о пропаже денежных средств по факту обнаружения (из-за отсутствия обязательного СМС уведомления)	- обязанность клиента сообщить о пропаже денежных средств в течение суток

Несмотря на то что новая редакция закона учитывает интересы, как банков, так и держателей карт, он не затрагивает проблему мошенничества со стороны самого держателя карты. По словам руководителя банковской секции Финпотребсоюза Михаила Беляева: «Все деньги помечены адресом входа, адресом выхода, кодами. Они все отслеживаются, и, в конце концов, самые сложные преступления доказуемы и раскрываемы»[4]. Как бы то

ни было, на наш взгляд, необходимо внести в закон такие пункты, которые смогли бы на практике защищать денежные средства от мошеннических операций со стороны самих держателей карт. Одним из таких решений является введение обязательной функции – отпечаток пальца держателя карты. Обналичивать деньги, оплачивать покупки и услуги через пластиковую карту станет намного безопаснее: все PIN-коды, которые профессиональные мошенники различными способами уже научились узнавать, станут ненужными. Единственное, что необходимо будет клиенту – это положить палец на специальную пластинку – детектор-анализатор в окошке банкомата. После «считки» данных и их сверки с хранящимся в базе образцом, будет выдана запрошенная сумма. Таким образом, никто кроме самого держателя карты не сможет провести несанкционированное списание денежных средств с карты. Подобный опыт уже используется во многих европейских странах, и он не только помогает уменьшить количество краж с пластиковых карт, но также упрощает их использование: держателям нет необходимости запоминать цифры кода или хранить их в кошельке, что ранее значительно упрощало работу мошенников.

Таким образом, в новом законе «О национальной платежной системе» учтены потребности держателей карт и недостатки прошлого закона. Однако с развитием общества и технологий законы нуждаются в постоянной доработке.

#### **Список использованных источников**

1. [www.marker.ru/news/525346](http://www.marker.ru/news/525346)
2. <http://www.holyland.ru/p9/index.html>
3. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_148649/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_148649/)
4. [http://tvrain.ru/articles/chlen\\_soveta\\_direktorov\\_banki\\_korporativnogo\\_finansirovaniya\\_maksim\\_osadchij\\_zakon\\_o\\_vozvraschenii\\_ukradennyh\\_s\\_kartochek\\_deneg\\_priduman\\_spetsialn\\_o\\_dlja\\_zhulikov-358946/](http://tvrain.ru/articles/chlen_soveta_direktorov_banki_korporativnogo_finansirovaniya_maksim_osadchij_zakon_o_vozvraschenii_ukradennyh_s_kartochek_deneg_priduman_spetsialn_o_dlja_zhulikov-358946/)
5. <http://www.rg.ru/2013/09/17/potery.html>

*Сергеева Н.О.  
студентка 3 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук,  
каф. финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская Государственная Сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

#### **Современные платежные электронные системы**

Стремительное развитие Интернета в 21-м веке, веке высоких технологий, привело к росту товарооборота в виртуальном пространстве и, как следствие, к созданию огромного количества всевозможных торговых площадок. На данный момент существуют десятки электронных платёжных систем (ЭПС), позволяющих хранить свои средства в виртуальном пространстве, оплачивать ими сотни услуг, расплачиваться в интернет-магазинах, передавать другим пользователям и выводить, меняя на наличные.

В настоящий момент в нашем государстве, в отличие от более развитых государств, данная сфера находится на ранней стадии развития. Электронные платежные системы позволяют приобретать желаемый товар независимо от местонахождения покупателя и продавца. Несмотря на то, что у нас электронные деньги появились недавно, во всем мире этими деньгами люди пользуются уже в течение многих лет. Так как это является наиболее простой и быстрой формой расчета, доступной практически в любой стране мира.

ЭПС (электронная платежная система) – система безналичных расчетов, заключения контрактов и перевода денег между продавцами и покупателями, банками и их клиентами с помощью средств электронной коммуникации с применением средств кодирования информации и ее автоматической обработки. В большинстве своем ЭПС функционируют в

режиме реального времени, круглосуточно, что позволяет обеспечивать мгновенные транзакции денежных средств между пользователями [5].

Под электронными деньгами следует понимать денежные обязательства эмитента в электронном виде, которые находятся на электронном носителе в распоряжении пользователя [2, с. 67].

К основным положительным моментам использования такого вида денег можно отнести [3, с. 116]:

- 1) удобство – круглосуточный доступ к собственному электронному кошельку;
- 2) доступность – возможность производить расчеты в любой точке мира;
- 3) мобильность – операции можно производить практически с любого современного гаджета;
- 3) простота использования – интуитивно понятный интерфейс на русском языке обеспечивает легкую обучаемость применения электронных денег;
- 4) анонимность.

Для грамотного функционирования электронных денег в настоящее время существует множество платежных систем, которые дают возможность производить оплату товаров и услуг, а также производить обмен валюты. Выбрать одну единственную платёжную систему очень сложно. Выбор зависит от каждого конкретного пользователя. ЭПС на сегодняшний день существует достаточно много по всему миру, мы рассмотрим те, что наиболее удобны для пользователей в нашей стране. Это следующие платежные системы – «Яндекс.Деньги», «QIWI» и «Delta Key». Первые 2 знаменитые и известные, а третья только набирающая обороты и популярность [4].

#### 1. «Яндекс.Деньги.»

Начало своего развития платежная система начинает в 2002 году. «Яндекс.Деньги» позиционирует себя как система частных переводов. Использование ЭПС для осуществления коммерческой деятельности находится в зачаточном состоянии.

«Яндекс» не имеет своей электронной валюты, поэтому денежной единицей, используемой в платежной системе, является российский рубль. Для открытия счета достаточно всего лишь иметь почту на Яндекс. С ее помощью можно мгновенно оплатить услуги сотовой связи, интернета и телевидения, оплатить налоги и услуги муниципальных предприятий, оплатить кредит, воспользоваться услугами туристических и транспортных компаний.

В итоге, можно охарактеризовать электронную платежную систему «Яндекс.Деньги» как ЭПС, по праву занимающую одно из первых мест по популярности на территории Российской Федерации. Система имеет ряд таких преимуществ, как:

- 1) огромный перечень услуг и товаров, которые можно оплатить посредством платежной системы;
- 2) минимальная комиссия при транзакциях внутри системы;
- 3) простота ввода и вывода денежных средств;
- 4) дружественный интерфейс и удобство для пользователей.

Однако, наряду с этим, «Яндекс.Деньги» имеет и свойственный ей недостаток:

- 1) моновалютность (использование для расчетов только российского рубля в некоторой мере тормозит дальнейшее развитие ЭПС);
- 2) достаточно большая комиссия при выводе средств (не менее 3-4%);
- 3) слабая система безопасности самой платежной системы.

#### 2. Qiwi

Электронная платежная система «Qiwi» разработана и выведена на рынок компанией «Объединенная система моментальных платежей» (ОСМП). Свою популярность Qiwi начала набирать в 2008 году, после создания сервиса электронных платежей «Qiwi-кошелек», который за короткое время завоевал народное признание.

Данная ЭПС использует моновалюту – российский рубль. Помимо России, Qiwi работает еще в нескольких десятках стран, в числе которых Украина, Казахстан, Киргизия, Китай, Болгария.

Особенностью ЭПС «Qiwi» является то, что оплатить услуги или товары можно как наличными денежными средствами через огромную сеть терминалов оплаты системы, так и через интернет-сервис и приложения для мобильных устройств. На практике это означает, что совершать оплату со своего счета пользователь имеет возможность, находясь практически в любом месте. Процедура открытия счета в системе очень проста – для этого достаточно быть абонентом любого оператора мобильной связи: номер абонента и будет являться номером счета пользователя в ЭПС.

В отличие от ЭПС Яндекс.Деньги, в Qiwi предусмотрен специальный интерфейс для осуществления коммерческой деятельности в глобальной сети, что добавило платежной системе большое количество поклонников.

В итоге, к преимуществам рассматриваемой ЭПС можно отнести:

- 1) развитая сеть собственных терминалов оплаты;
- 2) отсутствие комиссии при совершении транзакций внутри системы;
- 3) достаточно демократичные комиссии при выводе денежных средств из системы;
- 4) огромное число товаров и услуг, которые возможно приобрести, используя данную ЭПС.

Однако не обошлось и без недостатков в обслуживании:

- 1) слабая и не всегда компетентная служба технической поддержки пользователей;
- 2) риск «потери» транзакции;
3. «Delta Key»

Еще одна российская электронная платежная система, пока не столь популярная, но имеющая ряд особенностей и своих уникальных решений.

Свой путь ЭПС начала в 2005 году, разработчиком и владельцем системы является группа компаний «Дельта Кей». Система является одной из немногих, которая в своих расчетах использует мультивалютность счетов: возможно, открыть как рублевый счет, так и счет в американских долларах, евро, украинской гривне и некоторых других.

Отличительной особенностью данной платежной системы от остальных является наличие собственных банкоматов, через которые владелец счета может снимать наличные средства, минуя череду посредников.

В заключении необходимо обратить внимание на плюсы и минусы данной ЭПС, к достоинствам можно отнести:

- 1) большой выбор валют для открытия счета;
- 2) сеть собственных банкоматов и терминалов оплаты;
- 3) минимальные комиссии при совершении транзакций и выводе средств;
- 4) мгновенные транзакции;
- 5) высокая степень защиты.

Однако выявлены и некоторые недостатки платежной системы:

- 1) скудный перечень способов ввода средств;
- 2) недостаточный, по сравнению с другими ЭПС, ассортимент услуг и товаров, которые можно приобрести.

Итак, электронные платежные системы – комплекс аппаратных и программных средств, которые образуют систему, обеспечивающую проведение безналичных расчетов, используемых для оплаты товаров и услуг между ее участниками, с помощью электронных денежных средств. По мере совершенствования программного обеспечения и механизмов функционирования, повышения мер безопасности в процессе их использования, электронные платежные системы набирают все большую популярность среди пользователей интернета. В течение прошедших нескольких лет электронные деньги смогли успешно внедриться на российский рынок.

### Список использованных источников

1. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 № 161-ФЗ (ред. от 23.07.2013) // Консультант Плюс: версия проф
2. Белозеров С.А. Электронные формы денег и новые виды платежных систем: учебное пособие / С.А. Белозеров. – СПб.: Известия СПбГУЭФ, 2010. – 157 с.
3. Лаврушина О.И. Деньги, кредит, банки: учебник / О.И. Лаврушина – М.: Финансы и статистика, 2009. – 448 с.
4. <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=3732773>
5. <http://ru.wikipedia.org>

*Слободяник Е.П.*  
*студентка 4 курса факультета экономики и управления*  
*Научный руководитель: Ткаченко И.В.,*  
*ст. преподаватель каф. «Учет, анализ и аудит»*  
*Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского*  
*(г. Кременчуг, Украина)*

### Этапы управления активами корпоративных негосударственных пенсионных фондов – стратегическая модель

**Актуальность.** На сегодня главной целью пенсионной системы Украины является достойное обеспечение людей пенсионного возраста. Но при уменьшении показателя рождаемости и отрицательного прироста населения, миграции трудоспособных граждан за границу, имущественного расслоения населения и бедности, тенизации и макроэкономической нестабильности, задолженности предприятий по выплате пенсионных взносов приводит к сокращению поступлений в Пенсионный фонд Украины. Альтернативой дальнейшего нормального функционирования является развитие негосударственного пенсионного обеспечения в виде создания негосударственных корпоративных пенсионных фондов.

**Изучение научной литературы.** На данный момент есть незначительное количество научных исследований, посвященных системе негосударственного пенсионного обеспечения. Существенный вклад в формирование национальной концепции пенсионного обеспечения внесли такие ученые: С. Брагин [1], Ю. Коноплина [2], Ю. Кривобок [3], М. Малеваный [4], А. Надточий [5], И. Новикова [6], А. Ткач [7].

**Целью** данной статьи является создание стратегической модели управления активами негосударственных пенсионных фондов, которые имеют влияние на социально-экономическое развитие государства, на конкурентоспособность предприятия и на улучшение уровня жизни пенсионеров в будущем.

**Изложение основного материала.** Негосударственные пенсионные фонды являются финансовыми институтами социальной защиты в будущем ныне работающих граждан. Негосударственный пенсионный фонд (НПФ) – юридическое лицо, созданное в соответствии с Законом Украины «О негосударственном пенсионном обеспечении», имеющее статус неприбыльной организации, которая функционирует и осуществляет деятельность исключительно с целью накопления пенсионных взносов в пользу участников пенсионного фонда с последующим управлением пенсионными активами и осуществлением пенсионных выплат [8].

Корпоративные пенсионные фонды создаются одним или несколькими юридическими лицами-работодателями, к которым могут присоединяться работодатели-плательщики. Участниками корпоративного НПФ могут быть исключительно физические лица, состоящие в трудовых отношениях с работодателями-учредителями (или плательщиками) такого фонда.

Корпоративные НПФ выступают в роли институциональных инвесторов, ведь они аккумулируют денежные средства юридических и физических лиц в виде пенсионных взносов и дают обязательства их увеличить путем инвестирования в различные финансовые инструменты. Инвестирование средств корпоративных НПФ происходит в процессе управления портфелем пенсионных активов, определяет соблюдение ряда требований и определенных процедур. Итак, исходной точкой управления активами является разработка объемов и путей поступления пенсионных взносов. Ведь будущие поступления и прирост пенсионных активов должно быть достаточным для обеспечения текущих финансовых обязательств корпоративных НПФ перед своими участниками. То есть на любой момент управляющий данным активами фонд должен прогнозировать финансовые потоки таким образом, чтобы у вкладчика не возникало проблем с получением пенсионной выплаты.

Результаты изучения путей формирования доходов корпоративных НПФ и факторов влияния на их величину дают возможность разработать модель стратегии деятельности корпоративных фондов с целью своевременного предвидения возможных рисков на каждом этапе их управления (рис. 1; на след. стр.).

На первом этапе, на наш взгляд, необходимо учитывать риски при процессе формирования активов фонда. Прежде всего управленческий риск, включающий риски привлечения вкладчиков, недопоступления пенсионных взносов, структуры активов, несогласованности активов и обязательств. Актуарный риск – предполагает использование некорректной актуарной модели для оценки пенсионных взносов, выплат, пенсионной схемы. Во избежание этих рисков необходимо анализировать влияние основных факторов, влияющих на соответствие активов фонда его обязательствам на разных уровнях экономической деятельности в перспективе (демографические, экономические и социальные показатели и т.д.).

На втором этапе главной инвестиционной целью корпоративного пенсионного фонда является обеспечение выполнения текущих обязательств перед участниками по начислению и выплате пенсий работникам, а также сохранения и приумножения пенсионных накоплений путем размещения пенсионных средств в доходные активы.

Третий этап характеризуется распределением (диверсификацией) активов корпоративного пенсионного фонда между различными видами вкладов: банковские депозитные и текущие счета, сберегательные сертификаты банков; государственные ценные бумаги; облигации местных займов; облигации украинских предприятий; акции украинских эмитентов; банковские металлы; объекты недвижимости. При формировании инвестиционной политики по управлению активами корпоративный НПФ должен учитывать ограничения по инвестированию средств, размещаемых в определенные виды активов или в активы определенных эмитентов, устанавливаемые законодательством и регулирующими органами. Диверсификация вкладов снижает риски, связанные с возможностью недополучения прогнозируемого (ожидаемого) дохода или даже потери инвестированной суммы, что возрастает при вложении средств в один или даже в ограниченный круг инвестиционно-привлекательных объектов.

В целом, Украина нуждается в необходимости структурного реформирования системы пенсионного обеспечения. Одним из путей такого реформирования является развитие в стране негосударственного пенсионного страхования путем усовершенствования деятельности корпоративных фондов. Итак, предложенная модель стратегии деятельности корпоративных НПФ, на наш взгляд, является универсальной для инвестиционной стратегии корпоративных фондов в сфере негосударственного пенсионного обеспечения.



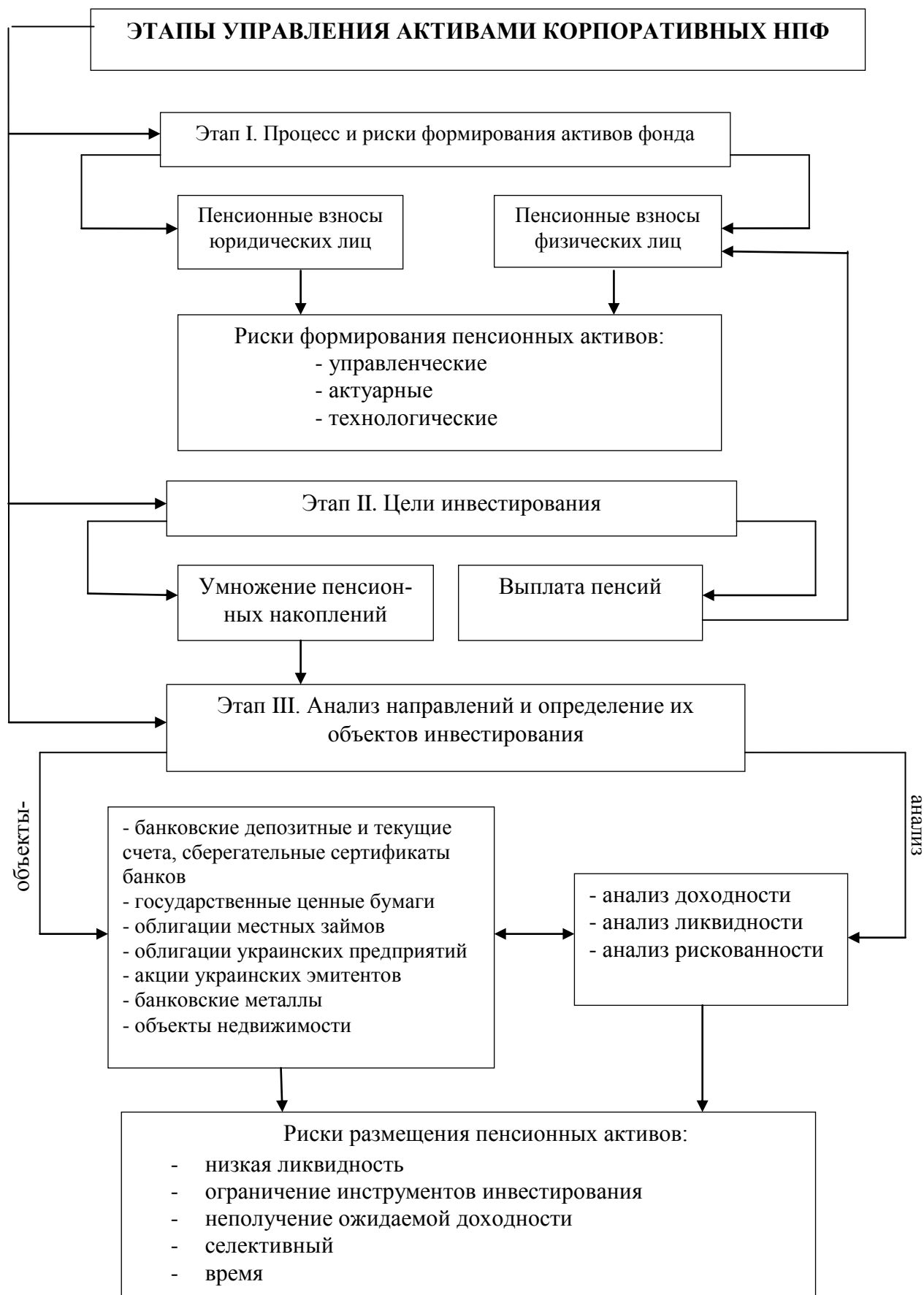


Рисунок 1 – Стратегическая модель управления активами корпоративных НПФ: от привлечения к инвестированию\*

\* составлено автором

### **Список использованных источников**

1. Брагин С. Негосударственные пенсионные фонды на неэффективном фондовом рынке: пример Украины / С. Брагин, А. Макаренко // Вестник НБУ. – 2011. – № 2. – С. 44-47.
2. Коноплина Ю.С. Повышение эффективности функционирования системы социального страхования путем развития корпоративного пенсионного обеспечения // Вестник Украинского банковского дела. – 2008. – № 2 (25).
3. Кривобок Ю. Для надежной деятельности НПФ / Ю. Кривобок // Вестник Пенсионного фонда Украины. – 2012. – № 1. – С. 36-37.
4. Малеваный М.И. Состояние и проблемы развития системы негосударственного пенсионного страхования в Украине [Электронный ресурс] / М. И. Малеваный. – Режим доступа: <http://www.udau.edu.ua/library>.
5. Надточий А.А. Анализ опыта работы негосударственных пенсионных фондов / А. Надточий // Государство и регионы. – 2009. – № 1. – С. 142-146.
6. Новикова И. Проблемы и направления развития негосударственных пенсионных фондов в Украине // Научный сборник Прикарпатского национального университета имени Василия Стефаника. – 2007. – Выпуск 3, Том 2. – С. 444-447.
7. Ткач А.И. Пенсионная программа предприятия: опыт и технологии / А.И.Ткач. – К.: КОРВИН ПРЕСС, 2007. – 280с.
8. Закон Украины «О негосударственном пенсионном обеспечении» от 09.07.2003 № 1057 – IV [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua>

*Соколова М.В.*

*студентка 4 курса*

*Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры «Финансы и кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения,  
Институт менеджмента и экономики  
(г. Омск)*

### **Уникальная валюта-Bitcoin**

Список финансовых пузырей от голландских тюльпанов в 17 веке до американской ипотеки пополнился виртуальной валютой Bitcoin, которую также называют «золотом ботаников», запущенной в 2009 году неким Сатоши Накамото. До недавнего времени она была известна только узкому кругу компьютерщиков, тех, что проводят за клавиатурой по 18 часов в сутки. Но события на Кипре неожиданно подстегнули интерес к Bitcoin у серьезных инвесторов.

Bitcoin (от англ. bit – единица информации «бит», англ. coin – «монета») – пиринговая электронная платёжная система, использующая одноимённые единицы для учёта. На собственном сайте Bitcoin характеризуется как «цифровая валюта». В официальных отчётах Всемирного банка, ЕЦБ и ФБР – «виртуальная валюта». Часто Bitcoin называют «криптовалютой». Одно из главных отличий Bitcoin от традиционных электронных денег и безналичных расчётов заключается в том, что Bitcoin не является долговым обязательством эмитента. Bitcoin-монеты нематериальны и являются лишь числом, связанным с набором условий. Воспользоваться данной суммой может тот, кто выполнит все условия. Стандартным условием является использование Bitcoin-адреса (это чем то напоминает mail). Хранилищем средств является файл кошелька, хранящийся на компьютере. Bitcoin может быть отправлен любому пользователю в сети, но только внутри этой платёжной системы с использованием адреса Bitcoin. Их стоимость не привязана к какой-либо валюте или другому активу. Курс обмена на разные валюты сейчас определяется исключительно балансом спроса и предложения. В середине марта 2013 года один Bitcoin стоил 50 долларов,

1 апреля 2013 года – 100 долларов, а сейчас 1 BTC (часто название монеты сокращают до BTC (англ.) или БТК (рус.)) равен 187долларов [4].

Financial Times отмечает что, некоторые фонды готовы вложить по 100 миллионов долларов в уникальную валюту. Эмиссия и оборот Bitcoin полностью децентрализованы, не зависят от какого-либо регулирующего органа. Принцип одноранговой сети и отсутствие административного центра делает невозможным государственное регулирование и манипуляции курсом путём изменения денежной массы. Bitcoin предполагает анонимное владение и перевод денежных средств.

Данные о перемещении и эмиссии Bitcoin хранятся в распределённой базе данных (БД). БД публично хранит в незашифрованном виде информацию о всех транзакциях, подписываемых с помощью асимметричного шифрования. Асимметричное шифрование это система шифрования ключа, которая используется для проверки и шифрования сообщений. Для предотвращения многократной траты одной и той же суммы используются метки времени, реализованные путём разбиения БД на цепочку специальных блоков, каждый из которых в числе прочего содержит в себе хеш предыдущего блока и свой порядковый номер. Каждый новый блок осуществляет подтверждение транзакций, информацию о которых содержит и дополнительное подтверждение транзакций во всех предыдущих блоках цепочки.

Для более наглядного объяснения механизма работы платёжной системы, Сатоси ввёл понятие «цифровая монета», определив данное понятие, как цепочку цифровых подписей. Исходя из данного определения, каждая монета имеет свой собственный номинал. А каждому Bitcoin-адресу может сопоставляться любое количество монет. При помощи транзакций монеты можно делить и объединять, при этом их суммарный номинал за вычетом комиссии сохраняется (рис. 1).

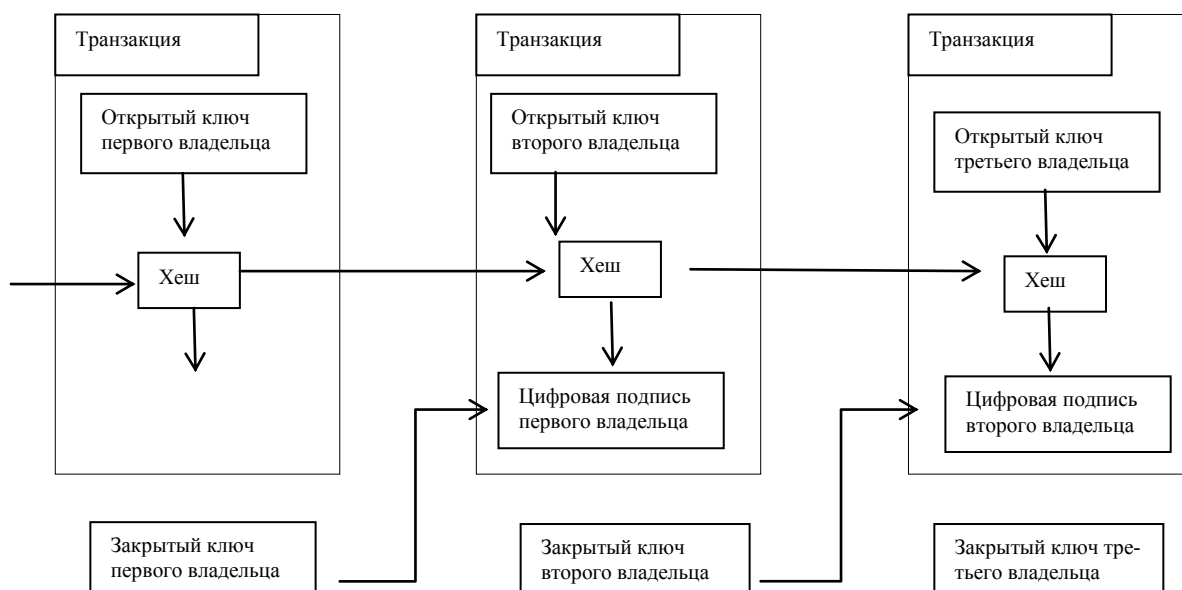


Рисунок 1 – Порядок проведения транзакций с валютой Bitcoin.

Из представленного выше рисунка видно, когда один пользователь передаёт некую сумму другому пользователю – он создаёт новую транзакцию, которая содержит хеш предыдущей транзакции, подписанный им, и публичный ключ следующего владельца. Затем эта информация широковещательным запросом отправляется в сеть. Остальные узлы сети проверяют подписи, прежде чем принять транзакцию к обработке. Если операция проходит верно, то ставится закрытый ключ владельца и операция является совершенной.

Все транзакции находятся в открытом доступе, но без раскрытия информации о реальном владельце. Каждый пользователь может создать себе неограниченное количество адресов, при этом объем создаваемой валюты ограничен так, чтобы общее количество

эмитированных Bitcoin не превысило 21 миллиона. Первоначально размер вознаграждения за каждый созданный блок составлял 50 Bitcoin-монет. После формирования каждых 210000 блоков (приблизительно раз в 4 года) размер вознаграждения будет уменьшаться вдвое. 28 ноября 2012 года произошло первое уменьшение эмиссионной составляющей награды с 50 до 25 Bitcoin. На 6930000 блоке (примерно в 2131 году) эмиссия будет остановлена вовсе (размер вознаграждения  $50 \rightarrow 25 \rightarrow 12.5 \rightarrow \dots \rightarrow 0$ ). Формирование блоков продолжится и далее, но за них уже не будет начисляться вознаграждение эмитированными Bitcoin. Система предусматривает возможность взимать комиссию за обработку транзакций с участников. На сегодня уплата такой комиссии возможна в добровольном порядке, но не является обязательной.[1]. Предполагается, что когда вознаграждение за новый блок в форме эмиссии существенно сократится, основным источником стимулирования станут комиссионные сборы. Передача любому другому пользователю системы Bitcoin-монет осуществляется напрямую, без посредничества каких-либо финансовых организаций. Отмена транзакций невозможна.

Для лучшего понимания ситуации можно провести аналогию с драгоценным металлом, например, золотом. Количество золота на земле ограничено (так же как и Bitcoins), но его в принципе можно выкапывать (аналогия с генерацией электронных монет). Курс обмена золота, допустим, на USD не постоянен, но само золото можно считать отдельной валютой (как WMG у Webmoney). Причем ценность золоту придает те же оба фактора – ограниченное количество и популярность.

Приобрести Bitcoin или обменять его на валюту можно в специальных обменных пунктах или банкоматах [5]. В мае 2013 года к системе Bitcoin подключилась платежная система WebMoney. В ней появился новый тип кошельков – WMX, при этом 1000 WMX равняется 1 BTC. Любой пользователь WebMoney может приобрести либо продать биткоины, при этом 10-минутной задержки нет, так как транзакций в сети Bitcoin не происходит, физически все биткоины находятся на одном Bitcoin-кошельке WebMoney. Это облегчает обладателям биткоинов приобретение товаров и услуг, правда, приходится платить комиссию за обмен. Да и об анонимности речи уже нет, WebMoney требует от клиентов прохождения достаточно сложной процедуры авторизации.[5].

Возможно, Bitcoin покажется немного странной и необычной для рядовых участников рынка, но это вполне закономерно и логично. Ведь это не просто очень необычная денежная валюта – за этим стоит очень смелый и глубокий экономический эксперимент. Система базируется на анархо-капиталистических воззрениях: она отрицает понятие налогов, любое вмешательство или контроль над транзакциями и участниками кем бы то ни было, и что само интересное – она отказывается от необходимости единого эмиссионного центра, что в сумме делает этот прежде всего экономический эксперимент уникальным и не имеющим аналогов в истории.

Совершенно очевидно, что Bitcoin – идеальная платежная система для интернета. Их уже принимает целый ряд интернет магазинов, на них можно купить игры, компьютерные аксессуары, заказать пиццу. А благодаря анонимности Bitcoin популярны у наркоторговцев.

Сейчас на волне ажиотажа общая стоимость Bitcoin оценивается в 1,5млрд. долларов. Пока что регуляторы смотрят на новую валюту сквозь пальцы, но не исключено, что пузырь попробуют лопнуть, пока он не лопнул сам, чтобы избежать худшего.

В заключение хочется привести слова третьего президента США Томаса Джефферсона, которые он сказал в 1802 году: «Я думаю, что банковские учреждения являются более опасными для наших свобод, нежели готовые к бою армии. Если американский народ когда-нибудь позволит, чтобы частные банки контролировали его валюту, то эти банки и корпорации лишат людей их собственности через череду кризисов: сначала через инфляцию, затем через рецессию. И так до того дня, когда их дети проснутся бездомными и бесприютными на земле, которую некогда покорили их родители».

## Список использованных источников

1. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Bitcoin>
2. <http://bitcoin.org/ru>
3. Bloggerator.ru.Эксклюзивные ИТ-новости, обзоры и интервью
4. <https://sites.google.com/site/probitkoiny>
5. <http://www.banki.ru/news/daytheme>

*Спирина Н.А.  
студентка 3 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

## Динамика и причины изменения курса рубля

В последние годы было отмечено несколько смен тенденций в динамике курса рубля. В предкризисный период на фоне растущих мировых цен на нефть и притока капитала в экономику динамика курса рубля характеризуется однозначным трендом на укрепление, отчасти сдерживаемым политикой Банка России по наращиванию международных резервов.

**Рубль** – денежная единица Российской империи, СССР, Российской Федерации [1, с.40]. Понятие рубль возникло в 13 веке в Новгороде как название половины гривны (слиток серебра массой около 200 г).

С середины августа 2008 г. приток капитала на российский фондовый рынок сменился оттоком, и курс рубля начал испытывать давление в сторону понижения. Отток капитала, связанный с обеспокоенностью инвесторов событиями в Абхазии и Южной Осетии, усилился после банкротства инвестиционного банка Lehman Brothers, ознаменовавшего собой начало глобального финансового кризиса, приведшего к стремительному падению цен на мировых товарных рынках. Имеющийся объем международных резервов позволил Банку России провести плавную девальвацию национальной валюты. Об окончании плавной девальвации рубля было объявлено в конце января 2009 г., тогда же на уровне 41 руб. была установлена верхняя граница коридора бивалютной корзины [2]. Атаки на рубль продолжались еще месяц, и, в результате, за период с августа 2008 г. по февраль 2009 г. рубль «потерял» около трети своей стоимости по отношению к доллару США (35%) и бивалютной корзине (27%).

С конца февраля 2009 года начинается постепенный рост стоимости рубля, происшедший как в рамках коррекции курса после эффекта overshooting (возвращения курса к новому равновесному значению), так и на фоне восстанавливающихся мировых цен на нефть. Несмотря на то, что, в целом, рассматриваемый период с конца февраля 2009 г. вплоть до августа 2010, может характеризоваться трендом на укрепление рубля, начиная с декабря прошлого года, данная тенденция проявляется не столь явно, и рост рубля периодически сменяется снижением. При этом наблюдаются отдельные эпизоды, в которых курс рубля перестает следовать динамике мировых цен на нефть – общепризнанному главному фактору курсообразования российской национальной валюты.

В 2011 году Российская валюта почти непрерывно дешевеет с середины мая. 6 июня курс евро впервые с конца 2011 года превысил 42 рубля. С 20 мая, когда европейская валюта начала непрерывно дорожать, она укрепилась почти на 1,8 рубля. Доллар превысил психологическую отметку в 32 рубля еще 3 июня, хотя в начале мая американская валюта торговалась по 31 рублю.

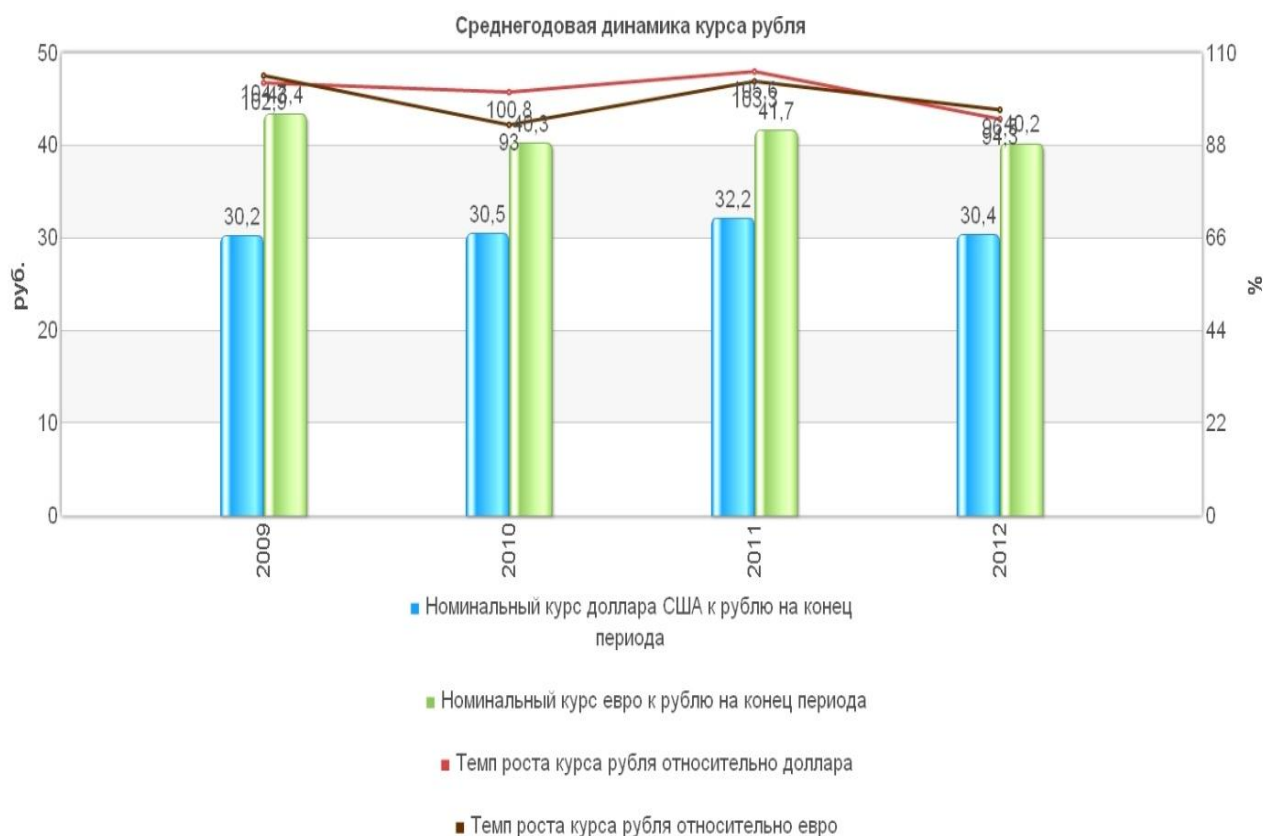


Рисунок 1 – Среднегодовая динамика курса рубля.[3]

Важнейшим фактором изменения курса рубля влияют скачки цен на нефть. Нефть является основным экспортным товаром России, и именно от ее цены зависит объем валютной выручки. В мае 2013 года среднемесячная цена барреля Urals (основная экспортная марка российской нефти), по данным Минфина, составила 102,27 доллара. В январе 2013 года она составляла 111,81 доллара за баррель, в феврале – 114,45, в марте упала до 106,67, а в апреле – до 101,1 доллара за баррель. При этом в прошлом году цена была значительно выше: в январе-мае средняя стоимость барреля составляла 117 долларов.

Ухудшение торгового баланса напрямую связано со снижением цен на углеводороды. По итогам апреля 2011 года Минэкономразвития отчиталось о профиците торгового баланса: страна продала на 14,1 миллиарда долларов продукции больше, чем закупила. Но при этом экспорт снизился на 4,2 процента, до 42,4 миллиарда долларов. Импорт, напротив, вырос почти на шесть процентов, до 28,3 миллиарда. Таким образом, по итогам первого квартала профицит торгового баланса снизился до 49,8 миллиарда долларов. Это на 15,2 процента меньше, чем за аналогичный период прошлого года.

Начало сезона отпусков является фактором, в начале лета традиционно снижающим курс российской валюты, а к осени – повышающим. Сам механизм прост: направляясь за границу, граждане покупают валюту, чем повышают предложение рубля на бирже и спрос на доллары и евро. В результате российская валюта дешевеет. Чтобы оценить влияние этого фактора, достаточно вспомнить, что ежегодно, по данным Росстата, за рубеж выезжают более 15 миллионов российских туристов. В прошлом году они потратили в иностранных государствах 43 миллиарда долларов. Это, для сравнения, половина годовой экспортной выручки «Газпрома».

На курс рубля негативно влияет возможное понижение процентных ставок ЦБ. Хотя совет директоров регулятора соберется для решения этого вопроса только 10 июня, председатель Центробанка Сергей Игнатьев уже заявил, что базовую ставку могут снизить на 0,25 процента. Сейчас ставка рефинансирования равняется 8,25 процента годовых. Если ЦБ опустит процентные ставки, объемы кредитов банкам увеличатся, следовательно, вырастет объем денежной массы.

Замедление темпов роста российской экономики в большинстве случаев негативно сказывается на курсе валюты. По итогам первых четырех месяцев ВВП вырос на 1,8 процента, что стало худшим показателем за последние три года. Для сравнения, в первом квартале прошлого года российская экономика увеличилась на 4,6 процента. При этом в апреле рост ВВП оказался лучше, чем в предыдущие месяцы, и в годовом исчислении составил 2,6 процента. Тем не менее темпы остаются далекими от необходимых. Кроме того, о негативных перспективах для российской экономики говорят косвенные индикаторы. Так, индекс PMI обрабатывающих отраслей России, рассчитываемый банком HSBC, который отслеживает развитие общей конъюнктуры рынка, в мае составил 50,4 балла после апрельских 50,6 балла. Исследователи Высшей школы экономики и вовсе пришли к выводу, что российская промышленность не имеет перспектив для роста и находится в стагнации.

Негативное влияние на курс рубля влияет продолжающийся отток капитала. По итогам первого квартала из России вывели 25,8 миллиарда долларов. За аналогичный период прошлого года показатель составил 33,6 миллиарда. В Минэкономразвития предварительно оценили отток в апреле в 3,5-4 миллиарда долларов против 7,6 миллиарда в марте. Хотя отток капитала и замедляется, этого вряд ли достаточно, чтобы давление на рубль исчезло[4]. Тогда же глава Центробанка Сергей Игнатьев в начале июня заявил, что вывод средств за рубеж остается слишком мощным и какой-то тенденции на его сокращение не видно.

Как минимум два фактора из перечисленных являются сезонными, так что не исключено, что в этом году рубль намерен повторить «каникулы» прошлого года. Тогда в мае-июне российская валюта резко подешевела к доллару и евро, и к началу июня курс доллара достиг 33,7 рубля, а евро – 41,65 рубля. Но уже к сентябрю рубль укрепился. Американская валюта подешевела до 31 рубля, а европейская – до 40 рублей. Министерство экономического развития свой прогноз по валюте не меняло: ведомство ожидает, что в текущем году средний курс доллара составит 31,4 рубля.

Согласно пессимистическим прогнозам Минэкономки курс доллара в конце 2013 года составит 36-39 рублей за 1 доллар США. Средний курс доллара за 2012 год составил 31руб.91коп за 1 доллар США, ещё в сентябре 2012 года эта цифра составляла 30руб.50 копеек. На данном этапе Россия входит в список развивающихся стран, где курс национальной валюты снижается к минимуму 2009 года.

#### **Список использованных источников**

1. Лаврушина О.И. Деньги, кредит, банки: учебник – 4-е изд., стер. – М.:КНОРУС, 2010. – 17 с.
2. [http://www.finnews.ru/cur\\_an.php?idnws=11452](http://www.finnews.ru/cur_an.php?idnws=11452) (дата обращения 2.11.2013)
3. [http://info.minfin.ru/rur\\_dyn.php](http://info.minfin.ru/rur_dyn.php) (дата обращения 05.11.2013)
4. <http://lenta.ru/articles/2013/06/06/ruble> (дата обращения 05.11.2013)

*Титова М.В.*  
*студентка 4 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Юсупова О.А, канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*  
*Омский государственный университет путей сообщения*  
*Институт менеджмента и экономики*  
*(г. Омск)*

#### **Современная система потребительского кредитования в РФ**

Темпы роста потребительского кредитования на сегодняшний день поражают своей масштабностью. Однако возникает вопрос, на самом ли деле оно является эффективным инструментом развития экономики в РФ? По данной теме ведутся различные дискуссии.

По словам Г.Н. Белоглазовой потребительский кредит, понимают, как одну из форм кредита, служащего средством удовлетворения различных потребительских нужд населе-

ния [2, с. 345]. Многие жители нашей страны трудоспособного возраста уже не раз пользовались услугами банка для получения кредита.

Потребительский кредит, можно определить, как одну из наиболее удобных и простых для физических лиц форм кредитования. По прогнозам специалистов, в 2014 году потребительское кредитование физических лиц не потеряет своей актуальности и останется по прежнему на пике популярности. На сегодняшний день именно данный сегмент розничного бизнеса является наиболее прибыльным для коммерческих банков, а для клиента – наиболее доступным.

Средний размер потребительского кредита к апрелю 2013 года составил 170 тысяч рублей, за год он увеличился на 15 процентов. Наиболее быстрыми темпами растут займы по кредитным картам. К таким выводам пришли эксперты Национального бюро кредитных историй (НБКИ), представившие десятый выпуск Национального кредитного бюллетеня, подготовленного по итогам 1 квартала 2013 года [3].

Несколько лет подряд потребительские кредиты являются одним из самых популярных банковских продуктов для населения, создаются все новые и новые программы кредитования для разных социальных групп. Главной чертой потребительского кредита стал более индивидуальный подход к каждому клиенту. Банки всеми силами стараются привлечь новых клиентов и не потерять уже имеющих.

По данным статистики, к настоящему моменту россияне взяли в долг 10 триллионов рублей. Общая долговая нагрузка населения оценивается примерно в 15 процентов ВВП [4].

Активная пропаганда и повсеместная реклама потребительского кредита в настоящее время направлена на более широкую целевую аудиторию, чем раньше. Если еще совсем недавно пенсионеры, решившие взять кредит считались нежелательными клиентами в банках, то теперь ситуация определенно изменилась. Банки, рискнувшие повысить возрастной ценз для заемщиков, убедились, что пенсионеры являются очень ответственными и надежными клиентами. И в настоящее время сформировалась тенденция предлагать специальные программы для пенсионеров. Например, Сбербанк России представляет новую программу потребительского кредитования с привлекательными условиями именно для пенсионеров, по которой обещает, что процентные ставки для пенсионеров, получающих пенсию в Сбербанке, снижены по сравнению со стандартными ставками по кредиту [5].

Основные усилия банков направлены не только на привлечение новых заемщиков кредитов, но и на преодоление проблем потребительского кредитования. Основные проблемы потребительского кредитования в России связаны, в первую очередь, с периодом бурного развития данного направления работы банков. Деятельность российских банков в сфере потребительского кредитования усложняется, в виду отсутствия отрегулированной системы контроля потребительской кредитной истории, которая слаженно функционирует и приносит свои положительные результаты в большинстве западных стран. Своевременный мониторинг кредитной надежности заемщика, то есть кредитной истории позволяет оценивать кредитные риски банков уже на этапе рассмотрения заявки клиента.

Одной из важных и тяжело разрешимых проблем кредитования всегда будет являться проблема невозвратности полученного кредита. Растущая конкуренция за клиента заставляет некоторые банки рассматривать в роли потенциального заемщика, даже клиента, имеющего подпорченную кредитную историю и другие недостатки. Теперь некоторые банки, практикуют различный ряд условий для таких клиентов и при получении отказа по кредиту на стандартных условиях предлагают получить кредит по более высокой ставке и на меньшую сумму.

Объем просроченной задолженности имеет наибольшую величину по потребительским кредитам. В суммарном объеме просроченной задолженности на них приходится 59,5% [3].



Важная проблема в функционировании системы потребительского кредитования долгое время заключалась в отсутствии продуманной и комплексной базы нормативно правового регулирования.

Но 2013 г. завершился событием значимым для потребительского кредитования в России. В конце года был принят долго обсуждаемый нормативно правовой акт – Федеральный закон «О потребительском кредите» 21 декабря 2013 г. он был подписан Президентом РФ [1]. До этого момента кредитные отношения между сторонами потребительского кредита регулировались Гражданским кодексом и Законом «О банках и банковской деятельности». Предыдущий закон не был способен в полной мере регулировать кредитные процессы, так как содержал в себе некоторые неясности и неопределенности. Целью нового Федерального закона является повышение качественного уровня потребительского кредитования и возможность сделать его процесс более прозрачным и понятным для заемщиков.

Российская газета отмечает, что со следующего года россияне будут получать кредиты по новым правилам и публикует закон, который утверждает единые требования для всех организаций выдающих населению займы.

Закон, устанавливающий четкие правила потребительского кредитования, принимался в России очень долго, на протяжении 8 лет. Между тем, он очень важен. По статистике, у каждого пятого заемщика не менее 2 кредитов. Столь высокая «закредитованность населения», по словам экспертов, опасна не только для финансового положения граждан, взявших деньги в долг, но и для экономики страны в целом.

Главное новшество, по мнению экспертов, заключается в том, что в полную стоимость кредитов отныне будет регулировать государство. Согласно закону, она может превышать среднерыночные величины, которые определит Центральный банк, не более чем на треть. Информацию о ней кредитор должен указать на первой странице договора.

Обо всех условиях займа кредитор обязан информировать заемщика бесплатно. Кроме того, банк или микрофинансовая организация должны сообщить гражданину заранее о возможных санкциях за нарушения условий договора.

Новый закон разрешает погасить потребительский кредит досрочно. Нецелевой – в течение 14 дней с момента его получения, и целевой – в течение 30 дней.

Если заемщик просрочит платежи более чем на 60 дней в течение полугода, кредитная организация может по своей инициативе расторгнуть договор. И потребовать досрочного погашения, но не менее чем через месяц. Кроме того, кредитная организация может продать долг коллекторам.

Официально законодательный акт вступит в свои права с 1 июля 2014 года. Понадобится некоторое количество времени, чтобы федеральный закон начал реально работать. Но главное, заключается в том, что закон о потребительском кредитовании все же принят и одобрен, и банки в 2014 году начнут выдавать кредиты, руководствуясь положениями этого закона. А что последует дальше и как этот закон повлияет на уже существующую систему потребительского кредитования, покажет время.

#### **Список использованных источников**

1. Федеральный закон от 21 декабря 2013 г. №353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»
2. Белоглазова, Г.Н. Деньги. Кредит. Банки: Учебник./ Г.Н. Белоглазова. – М.: Высшее образование, 2009. – 392 с.
3. Российская Газета /Ссуды по кредитным картам стали лидерами роста [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/05/14/zaimi-site.html>.
4. Российская Газета / Кредиты будут давать по-новому [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/12/27/kredit-site.html>.
5. Сайт Сбербанка России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sberbank.ru/komi/ru/person/pensioner/credit/>

*Токмолаев К.А.*  
*студент 4 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Юсупова О.А. канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»*  
*Омский государственный университет путей сообщения,*  
*Институт менеджмента и экономики*  
*(г. Омск)*

### **Насколько сейчас удобен лизинг**

Тенденции развития российского рынка лизинга в последнее время весьма не оптимистичны, эти выводы можно сделать согласно информации, которая стала известна после публикации результатов работы лизинговых компаний за январь-октябрь 2013, рейтинговым агентством «Эксперт РА».

Главная причина заключается в том, в первые три квартала прошлого года объем новых лизинговых сделок (без учета лидера рынка – компании «ВЭБ-Лизинг») понизился на 3%. Но, что интересно эта тенденция не характерна для востребованных видов техники – таких как грузовой автотранспорт, легковые автомобили, а так, же дорожно-строительная техника. Смещение спроса на лизинговые услуги отмечается в железнодорожной технике, а в частности полувагонов.

Для определения стоимости услуг лизинговых компаний, нужно достаточно хорошо разбираться в условиях предоставляемых услуг, потому что здесь аналогично случаю с кредитованием словосочетание – «12 процентов» не говорит о реальной сумме, которую заплатит клиент своему кредитору. Лизинговые компании рассчитывают удорожание очень просто: общая сумма лизинговых платежей делится на стоимость предмета лизинга, из полученного числа вычитается единица, результат делится на срок лизинга и умножается на 100%. В итоге получается некий процент, который вряд ли зашкаливает за 15%, а значит, выглядит очень привлекательно. Подобные расчеты совпадут с реальностью только в том случае, если клиент не платит ни аванс, ни комиссии, а представить себе такую ситуацию едва ли возможно: аванс лизинговых компаний чаще всего не бывает ниже 12% [1].

Что касается удорожания объекта лизинга, то оно зависит от многих параметров, некоторые из них доступны для выбора лизингополучателю, а некоторые зависят, например, от размера процентной ставки по кредитованию объекта лизинга и нормы прибыли, установленной в данной конкретной лизинговой компании. Одним из параметров, влияющих на конечную сумму удорожания объекта лизинга, является первоначальный платеж или аванс, который готов сделать лизингополучатель. Что логично, чем выше аванс, тем меньше сумма удорожания. Еще один параметр, на который может повлиять лизингополучатель – это выбор у кого на балансе будет стоять приобретаемый объект лизинга: у себя на предприятии или же на балансе лизинговой компании. Если объект лизинга будет учитываться на балансе лизинговой компании, то лизингополучатель имеет возможность экономии. Если же объект лизинга будет учитываться на балансе лизингополучателя, то это снизит общую сумму удорожания объекта лизинга, но повлечет дополнительные расходы самого лизингополучателя. Лизингополучатель также может выбрать для себя одну из схем лизинговых платежей. При равных ежемесячных лизинговых платежах сумма переплаты будет выше, чем при уменьшаемых [2].

Если говорить о перспективах на 2014 г., то среди таких стандартных составляющих лизинговой сделки, как срок и аванс не следует ожидать особенных изменений. Процентные ставки по сделкам лизинга будут следовать за стоимостью денег на кредитных рынках. Пока нет видимых причин для существенных изменений как в большую, так и в меньшую сторону.

Что касается ситуации на рынке лизинговых услуг Омской области, то для иллюстрации изложенных выше положений, автором данной статьи было проведено

исследование параметров предложения лизинговых компаний Омской области на примере автомобиля Toyota Land Cruiser 200. Результаты исследования обобщены в *таблице 1*.

В качестве объекта лизинга принят автомобиль Toyota Land Cruiser 200 ЛЮКС (Дизель/5 мест), 4.5 л, твин-турбо дизель (Дизель) 6 АКПП. Продажная цена в единственном на территории Омской области официальном дилерском автоцентре составляет 3 250 000 рублей.

Таблица 1 – Параметры предоставления лизинговых услуг компаниями Омской области

Наименование показателя	ООО Лизинговая компания Альфа Лизинг	ООО филиал в г.Омске Балтийский лизинг	ООО Лизинговая компания Европлан
1. Первый (авансовый) платеж	От 20% (650 000 руб.)	От 15% (487 500 руб.)	От 30% (975 000 руб.)
2. Ежемесячный платеж	83 200 руб.	86 821,43 руб.	71 500 руб.
3. Процент удорожания	12%	10%	10%
3. Сумма удорожания	312 000 руб.	276 250 руб.	227 500 руб.
4. Срок договора	36 месяцев	36 месяцев	36 месяцев
5. Срок обработки сделки (в рабочих днях)	От 5	От 2	От 3
6. Конечная стоимость	2 912 000 руб.	3 038 750 руб.	2 502 500 руб.
7. Конечная стоимость (с учетом аванса)	3 562 000 руб.	3 526 250 руб.	3 477 500 руб.

Представленные данные позволяют сделать вывод о том, что условия лизинговой сделки не являются одинаковыми.

Во-первых, хочется отметить, что мы рассматривали схему равных лизинговых платежей, то есть каждый месяц, сумма платежа будет одинакова.

Во-вторых, сумма авансового платежа у компании «Балтийский лизинг» будет меньше остальных, что является бесспорным плюсом в том случае, если лизингополучатель на момент оформления лизинга не располагает достаточной суммой.

В-третьих, при равном проценте удорожания, сумма удорожания у компании «Европлан» будет гораздо меньше, в отличие от компании «Балтийский лизинг». Так как, первоначальный взнос у компании «Европлан» выше. А основным параметром, влияющим на конечную сумму удорожания объекта лизинга, безусловно, является первоначальный взнос, который готов сделать лизингополучатель. Чем выше первоначальный взнос, тем меньше общая сумма удорожания объекта лизинга.

В-четвертых, конечная сумма с учетом аванса у компании «Европлан», ниже чем у остальных.

Таким образом, наиболее оптимальным является предложение компании «Европлан». Для заключения сделки клиенту необходимо предоставить такие документы как:

1. Заявление-анкета лизингополучателя.
2. Копия Устава компании-заявителя со всеми изменениями и дополнениями.
3. Копия Свидетельства о постановке на налоговый учет компании-заявителя.
4. Копия Свидетельства о регистрации компании-заявителя.
5. Копия приказа (Протокола) о назначении руководителя компании-заявителя.
6. Копия приказа о назначении главного бухгалтера компании-заявителя.
7. Копия паспорта руководителя компании-заявителя (первая страница, а также страница с указанием регистрации).
8. Копия форм №1 «Бухгалтерский баланс», №2 «Отчет о прибылях и убытках» бухгалтерской отчетности компании-заявителя за последние 4 (Четыре) отчетных периода с отметкой налогового органа. Компания-заявитель на упрощенной системе налогообложения должна предоставить копии деклараций по налогу за последние 4 (Четыре) отчетных периода с отметкой налогового органа, заверенные печатью компании-заявителя. Компания-заявитель на Едином налоге на вмененный доход (ЕНВД) должна предоставить копии деклараций по ЕНВД за последние 4 (Четыре) отчетных периода с отметкой налогового органа, заверенные печатью компании-заявителя.

9. Копия банковской карточки с образцами подписей должностных лиц и оттиском печати компании-заявителя, заверенные обслуживающим банком.

10. Оригинал справки из обслуживающего банка об оборотах по счету за последние двенадцать месяцев (в помесечной разбивке).

Нельзя не отметить важные плюсы, которые получает клиент: контракт по лизингу получить гораздо проще, чем ссуду. Особенно предприятиям мелкого и среднего бизнеса. Обеспечением сделки служит само имущество. В случае невыполнения арендатором обязательств – арендодатель может забрать свое имущество. Лизинг предполагает 100% кредитование и не требует немедленного начала платежей. Арендные платежи начинаются после поставки оборудования лизингополучателю. Лизинговое соглашение более гибкое, чем ссуда. Ссуда всегда предлагает ограниченные сроки и размеры погашения. При лизинге арендатор может рассчитывать поступление своих доходов и выработать с арендодателем соответствующую, удобную для него схему финансирования. Ставка может быть фиксированной и плавающей. Появляется возможность постоянного обновления оборудования. Весь риск морального старения оборудования лежит на арендодателе.

#### **Список используемых источников**

1. Адамов, Н.А. Лизинг. 2-е издание, исправленное и дополненное / Н.А. Адамов. – СПб.: Питер, 2006. – 160 с.

2. Аккерман, Кира. Где лизинг дешевле? [Электронный ресурс] / К. Аккерман. – Периодическое издание. – Москва, 2012. – режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/s/gde-lizing-deshevle-10003278/>, свободный.

3. Долгушина, Ю.Б. Лизинг / Ю.Б. Долгушина. – Москва: Бератор-Пресс, 2008. – 205 с.

4. Лизинг автомобилей: условия и требования к клиентам [Электронный ресурс]: официальное периодическое издание: «Оптимумум финанс». – Москва, 2012. – режим доступа:

[http://www.optimumfinance.ru/lizing\\_avtomobiley\\_usloviya\\_i\\_trebovaniya\\_k\\_klientam](http://www.optimumfinance.ru/lizing_avtomobiley_usloviya_i_trebovaniya_k_klientam), свободный.

5. Размер удорожания в лизинге [Электронный ресурс]: периодическое издание «НеваФинанс». – Москва, 2013. – режим доступа: <http://nevafinance.ru/analytics/razmer-udorozhaniya-v-lizinge.html>, свободный.

*Черных М.Э.*

*студентка 3 курса факультета экономики, финансов и коммерции*

*Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук*

*Пермская государственная сельскохозяйственная академия*

*им. акад. Д.Н. Прянишникова*

*(г. Пермь)*

#### **Ипотека или аренда в Пермском крае**

Снимать квартиру или взять ипотеку – сегодня для многих жителей Перми этот вопрос является, чуть ли не самым актуальным.

Разберемся что же такое ипотека и аренда:

Ипотека – разновидность имущественного залога, служащего обеспечением исполнения основного денежного обязательства. Особенность данного вида залога заключается в том, что его предметом всегда является недвижимое имущество [2].

Аренда – это имущественный наем, основанный на договоре о предоставлении имущества во временное пользование за определенную плату. В договоре аренды участвуют две стороны: арендодатель и арендатор [1].

Ипотека:

Главным аргументом в пользу того, чтобы приобрести квартиру в ипотеку, является то, что недвижимость находится в собственности заемщика. То есть уже с первого дня оформления ипотеки вы становитесь полноценным хозяином квартиры. Сразу же можно прописаться самому и прописать родственников, можно сделать ремонт на свой вкус или даже сдать ее в аренду, если получить на это дополнительное разрешение банка.

Чисто психологически гораздо проще платить именно ипотечный кредит, поскольку есть понимание, что рано или поздно весь долг за квартиру будет выплачен. В случае с арендуемой недвижимостью такого ощущения нет: ежемесячно деньги уходят за аренду, никогда не настанет тот день, когда выплаты наконец-то закончатся (если, конечно, не появится возможность приобрести собственную квартиру).

Взяв кредит на недвижимость, заемщик в течение долгого времени – вплоть до 25 лет – нужно будет вносить ежемесячный платеж. Кроме того, как правило, если не представится случай закрыть кредит раньше, ипотечную квартиру нельзя продать до полного погашения займа. То есть вы будете привязаны на десять, а то и двадцать лет к одному месту жительства, дожидаясь окончания кредита.

Аренда:

В случае с арендой все гораздо проще: никто не сможет лишить вас мобильности, вы сможете менять съемные квартиры хоть каждый месяц. С другой же стороны подобная легкость может сыграть злую шутку. В конце любого месяца арендодатель может изменить свои планы, и тогда придется в срочном порядке искать новое жилье. К слову сказать, стоимость на арендуемое жилье формируется «стихийно» – желающие сдать свое жилье называют любую удобную им цену, а окончательную цену, да такую, чтобы остаться «в плюсе» указывает уже риэлтор. Отсюда и появляются равнозначные варианты за восемь тысяч от собственника и за 15 тысяч от агентства недвижимости. Чтобы найти хорошую квартиру, за приемлемые деньги нужны не только силы, время и терпение, но и удача.

Так же, квартирой, взятой в аренду, нельзя свободно распоряжаться: если ремонт по вкусу еще обсуждаемый вопрос, то прописаться в съемной квартире нельзя. Также не все арендодатели приветствуют квартиросъемщиков с маленькими детьми и животными.

Конечно, гораздо проще найти деньги, чтобы снять квартиру и оплатить комиссию риэлтору, пусть даже она будет составлять 100% ежемесячной арендной платы, чем зарабатывать на первоначальный взнос для ипотеки, который равняется 30% стоимости минимум. Однако если все-таки есть средства на первоначальный взнос и уверенность в своих силах, то, вероятнее всего, выбор будет за ипотекой [5].

Несколько весомых аргументов в пользу того, что ипотека выгоднее, чем аренда:

Во-первых, арендуемая квартира никогда не станет собственностью, а значит, все деньги, потраченные на съем жилья в конечном счете можно считать убытками.

Во-вторых, ежемесячный платеж за ипотеку останется неизменным до последней выплаты либо будет постепенно уменьшаться, в зависимости от вида ипотечного договора, но никак не увеличится. С учетом инфляции в нашей стране этот факт не может не радовать. Как утверждают кредитные инспекторы, для тех жителей Перми, кто покупал квартиру в ипотеку в 2007 году, ежемесячный платеж за двухкомнатную квартиру равнялся примерно семи тысячам рублей. Если на момент заключения договора с банком это была весомая сумма, то сегодня она явно намного ниже, чем аренда даже самой простой однокомнатной квартиры в отдаленном районе Перми [3].

К тому же, цены на аренду квартиры будут подниматься каждые полгода-год в соответствии с изменениями на рынке недвижимости.

Приведем пример :

Подсчитать, что в итоге выгоднее – купить квартиру в ипотеку или арендовать, – весьма непросто, учитывая разные статьи расходов и разный результат. В то же время можно подсчитать, величину ежемесячного платежа для обоих решений квартирного вопроса.

Итак, возьмем для примера двухкомнатную квартиру площадью около 50 кв. метров в девятиэтажном доме в перспективном и развивающемся микрорайоне Садовый. Аренда такой квартиры в среднем будет стоить 15-17 тысяч рублей. Стоимость такой квартиры на рынке составляет около трех миллионов рублей. Если предположить, что у заемщика есть первоначальный взнос в размере 30%, а ипотека оформляется на 20 лет (это самый популярный вариант среди пермяков), то средний ежемесячный платеж будет составлять 18-19 тысяч. Разница с арендой получается небольшая, но при этом можно быть уверенным в том, что рано или поздно вы внесете последний платеж по ипотеке и станете полноценным владельцем своей квартиры, который свободен от «кабалы» в виде ежемесячных трат [3,5].

Ипотеку в Перми и Пермском крае представляют 24 ипотечных банка, которые предлагают заемщикам 231 ипотечную программу для приобретения жилья в кредит как на первичном так и на вторичном рынках недвижимости.

Ставки по ипотеке в Перми и Пермском крае находятся в диапазоне 6.19 – 20.00% годовых по рублевым кредитам и 6.98 – 13.24 % годовых по валютным кредитам. Минимальный первоначальный взнос по ипотеке в Перми составляет 0%. Срок ипотечного кредитования в Перми может достигать 50 лет.

Ипотека в Перми – это не только кредит на жилье. Ипотечные банки предлагают так же нецелевые кредиты под залог недвижимости, которая имеется в собственности заемщика [4].

#### **Список использованных источников**

1. Бурханова Н.М. Конспект лекций, Экономика недвижимости: самое главное;
2. Шепелева А.Ю. Конспект лекций, Финансовый менеджмент;
3. Агентство недвижимости «РЕСПЕКТ» Статьи/Ипотека или аренда?;
4. [Электронный ресурс]. – Ипотека в Перми и Пермском края. – Режим доступа: <http://www.ipohelp.ru/programs/5900000.html>;
5. [Электронный ресурс]. – NewsPerm.ru – ипотека края. – Режим доступа: NewsPerm.ru.

*Чухрий Е.В.  
студентка 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Юсупова О.А., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. «Финансы, кредит, бухгалтерский учет и аудит»  
Омский государственный университет путей сообщения  
Институт менеджмента и экономики  
(г. Омск)*

#### **Быстрые деньги**

Сейчас в сети Интернет можно увидеть большое количество объявлений с заголовками «Быстрые деньги», «Кредит за час» или, например, «Кредит без справок». Многие пользователи не верят в истинность данной рекламы и в подобные услуги банков. Однако это не так. Действительно, получить такой кредит вполне реально.

Не так давно на рынке банковских услуг появился новый вид кредитования физических лиц, так называемый «экспресс-кредит наличными за час». Представляемый вид получил большую популярность у заемщиков, в частности, поскольку такая услуга дает возможность населению получить кредит на потребительские нужды быстро, срочно, без справок о доходах, без залогов и поручителей.

Востребованность данной услуги банков объясняется тем, что у заемщиков возникает необходимость, например, срочно приобрести подарки родным и близким на Новый Год либо погасить оставшуюся сумму другого кредита, срок выплаты которого уже приближается к концу и за просрочку платежа не очень хочется платить дополнительные штрафы

и пени. Для решения подобных проблем на помощь приходят банки, предлагающие различные программы по получению «быстрых» денег в кредит.

Возникает вопрос, почему банки предлагают программы, которые представляют для них большие риски в случае невозврата заемщиками выданных сумм денег или нестабильного состояния экономики? Можно выделить несколько причин такого рискованного поведения банков. Во-первых, в нашей стране существует большое количество банковских и небанковских кредитных организаций. Соответственно, в условиях жесткой конкуренции для обеспечения прочного положения на рынке банковских услуг с целью максимально полного удовлетворения разнообразных потребностей клиентов и получения наибольшей прибыли банкам необходимо разрабатывать новые программы, которые смогли бы удержать постоянных клиентов и привлечь новых [1].

Во-вторых, высокий риск – большие проценты. В случае выдачи кредита за пять минут без справок и поручителей, банк имеет возможность назначить заемщику высокую процентную ставку. Следует отметить, что при этом из-за простоты оформления кредита и быстрого получения нужной суммы денег, заемщик просто не успевает подсчитать настоящий процент и стоимость такой услуги. Но так как большинство заемщиков не хотят портить свою репутацию перед банками, чтобы и в дальнейшем брать кредиты, им приходится добросовестно выплачивать взятую сумму денег и большие проценты, а банки в свою очередь получают прибыль.

В-третьих, не каждый работник, для получения кредита, может представить справку с места работы о доходах, с указанной в ней реальной заработной платой, которая бы удовлетворяла требования банка по кредиту. К тому же многие организации предпочитают выдавать заработную плату своим работникам «в конвертах», в целях экономии средств и ухода от налоговых и других обязательных платежей по заработной плате в пользу государства. Из-за этого перед работниками встает проблема сбора официальных справок, и, следовательно, трудности с получением кредита.

И наконец, в-четвертых, у многих просто нет свободного времени для сбора нужного пакета документов, необходимых для кредита, частых визитов в банк и продолжительных бесед с их работниками. Поэтому банки идут на уступки, доверяя своим будущим клиентам [2, с. 470].

Какие же документы нужны для получения кредита без обеспечения?

Для получения экспресс-кредита в банке от потенциального заемщика, без сомнения, потребуют паспорт или иной документ, удостоверяющий личность. По данному документу банк сможет получить достаточное количество информации о потенциальном заемщике, необходимое для принятия решения о выдаче кредита. Поэтому, если у вас имеется плохая кредитная история или вы вообще состоите в черном списке в бюро кредитных историй, то банк об этом узнает буквально за несколько минут и примет решение о выдаче кредита не в вашу пользу. Также следует отметить, что различные банки для выдачи кредита могут выдвигать свои дополнительные требования, например, предоставление второго документа либо при наличии у заемщика автомобиля или недвижимости, банк может потребовать документы на них.

При получении такого кредита дополнительное преимущество для заемщика состоит в том, что при оформлении экспресс кредита не нужно указывать цели, на которые берется нужная сумма денег. Это может быть погашение другого кредита, крупная покупка, отпуск или оплата за обучение.

Также положительную роль для потенциальных заемщиков играет возможность оформления быстрого кредита через онлайн-ресурсы, например, находясь дома или на работе. Для людей, не желающих идти в банк и стоять в больших очередях, такая услуга является очень удобной.

Еще одним плюсом является тот факт, что для своих постоянных клиентов (если имеется вклад или зарплатная карта) в случае выдачи экспресс-кредита банк может устанавливать сниженные процентные ставки и другие льготы.

Проведем сравнительную характеристику условий экспресс-кредитования по программам крупных российских банков (Таблица 1).

Таблица 1 – Программы экспресс кредитования крупных российских банков

Параметры кредита	Сбербанк [3]	ВТБ 24 [4]	Уралсиб [5]	Альфа Банк [6]	ЮниКредит Банк [7]	Банк Москвы [8]
1. Сумма кредита	15 тыс. – 1,5 млн руб.	50 тыс. – 3 млн руб.	50 тыс. – 1 млн руб.	10 – 250 тыс. руб.	25 тыс. – 1,2 млн. руб.	20 – 50 тыс. руб.
2. Срок	3 мес. – 5 лет.	6 мес. – 7 лет.	1 – 5 лет.	6 – 36 мес.	12 мес. – 7 лет.	6 – 12 мес.
3. Процентная ставка, от % годовых	17	14,95	23,5	37	16,9	23,5
4. Способ погашения кредита	Аннуитетный платеж					
5. Требования к заемщикам:						
5.1. Возраст, лет	21-65	21-70	23-60	23-70	19-60	21-65
5.2. Стаж работы	От 1 года, от 6 мес. на текущем месте	От 1 года	От 3 мес. на текущем месте работы	От 3 мес. на текущем месте	От 1 года, от 3 мес. на текущем месте	От 3 мес. на текущем месте
6. Требуемые документы	Заявление-анкета; паспорт РФ					
	Документ о доходе; копия трудовой книжки (трудового договора) или документы об имуществе в собственности.			Документ (на выбор): загранпаспорт; водительское удостоверение; документы на автомобиль; ИНН.		
7. Порядок предоставления	На счет вклада, наличными или на пластиковую карту.					
8. Досрочное погашение	Полное или частичное. Без комиссии. Нет минимальной суммы досрочного платежа.					
9. Неустойка, % годовых	0,5	0,6	Индивидуально	Индивидуально	0,5	50

Источник: [составлено автором]

Из обобщенных в таблице параметров кредитных программ экспресс-кредитования, можно сделать вывод о том, что предлагаемая сумма кредита находится в диапазоне от 10 тысяч рублей и выше на срок от 3 месяцев до 7 лет в зависимости от программы. Процентные ставки по кредиту так же различны (от 15% годовых). При этом будущий заемщик должен быть не моложе 19 лет и иметь стаж работы не менее 3 месяцев на текущем месте работы.

Получение кредита предполагает наряду с паспортом предоставление потенциальным заемщиком дополнительных документов, например, загранпаспорта, водительского удостоверения, ИНН или справки 2-НДФЛ за последние 12 месяцев. Однако по сравнению с обычными кредитами рассмотрение заявки банком и принятие решения о выдаче кредита происходит намного быстрее, и нужная сумма выдается по выбору: наличными, на ваш счет или пластиковую карту. При этом кредит погашается равными по сумме ежемесячными платежами, которые включают в себя сумму начисленных процентов за кредит и сумму основного долга. Следует обратить внимание, если у вас есть желание и возможность досрочно погасить кредит, вы можете сделать это без комиссии и штрафных санкций в полной или частичной форме. Однако в случае просрочки платежа процент неустойки варьируется от 0,5 % до 50% годовых в день от суммы просроченного платежа за каждый день просрочки с даты, следующей за датой наступления исполнения обязательства, установленной кредитным договором, по дату погашения просроченной задолженности (включительно).



Также можно заметить, чем меньше требований у банка к потенциальному клиенту и чем больше сумма выдаваемого кредита, то есть, чем выше риск банка, тем выше процентные ставки за пользование этим кредитом. К примеру, ставка по кредиту в ВТБ 24 составляет от 14,95%, однако кроме заявления и паспорта от заемщика банк потребует оригинал документа, подтверждающий доход за 6 месяцев, а также в некоторых случаях копию трудовой книжки или трудового договора, заверенную работодателем. Для сравнения, чтобы взять кредит в Альфа Банке будет достаточно заявления, паспорта и дополнительного документа из списка, указанного банком (например, загранпаспорт или водительское удостоверение), при этом процентная ставка будет составлять от 37% годовых.

Таким образом, несмотря на отрицательные стороны экспресс-кредитов, они все равно будут иметь спрос на рынке банковских услуг, потому что это удобный способ сделать нужную покупку или погасить другой кредит.

#### **Список использованных источников**

1. Банкирша, Г.П. Количество банков в России – динамика за 2007-2013 годы, уставной капитал и количество банков в разрезе регионов / Банкирша Г.П. // Банкирша.com. – 2013.
2. Лаврушин, О.И. Банковское дело. Учебник. / О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонов, Н.И. Валенцева / 8-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2009. – 768 с. – 430-487 с.
3. <http://sberbank.ru/omsk/ru/>
4. <http://www.vtb24.ru/personal/Pages/default.aspx?geo=omsk>
5. <http://www.bankuralsib.ru/index.wbp>
6. <http://alfabank.ru/>
7. <http://unicreditbank.ru/rus/index.wbp>
8. <http://www.bm.ru/>

## СЕКЦИЯ III

### МЕНЕДЖМЕНТ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

---

*Ананина А.О.*  
*студентка 3 курса факультета профессиональной подготовки*  
*Научный руководитель: Становкина О.Н., ст. преподаватель*  
*Чайковский филиал*  
*Пермский национальный исследовательский политехнический университет*  
*(г. Чайковский)*

#### Определение рейтинга поставщика

Одной из проблем в управлении закупками материальных ресурсов является проблема выбора поставщика. Важность ее объясняется не только тем, что на современном рынке функционирует большое количество поставщиков схожих материальных ресурсов, но главным образом, тем, что поставщик должен быть надежным партнером товаропроизводителем в реализации его логистической стратегии.

В большинстве предприятий имеется список проверенных поставщиков. Поставщиков работающих с дешевой продукцией можно отыскать в профессиональных каталогах и журналах или через деловые контакты. Что касается дорогостоящей продукции, то здесь требуется более тщательный поиск, который займет гораздо больше времени.

Выбор лучшего поставщика продукта, осуществляется на трех основных критериев: стоимость приобретаемой продукции, качество обслуживания, надежность обслуживания.

Многие предприятия проводят мониторинг деятельности своих поставщиков, так называемый рейтинг поставщиков или рейтинг продавцов.

Рейтинг поставщика – начисление поставщику баллов за различные аспекты его деятельности. Например, каждый поставщик получает оценку по 10- балльной системе по различным критериям. Следующим этапом решения задачи выбора поставщика является оценка поставщика по намеченным критериям. При этом все того или иного критерия в общей их совокупности определяется экспертным путем. Эксперты, работавшие с анализируемыми поставщиками, ставят оценки поставщику по выбранным критериям. Вес критерия умножают на оценку, рейтинг определяется суммированием произведений веса критерия на его оценку для данного поставщика. Наилучший поставщик получает более высокий рейтинг. Результат данного анализа – субъективная оценка, которая может быть и не объективна.[2]

Кроме того существует система оценок, основанная на регистрации темпов роста негативных характеристик работы с поставщиками. За определенный период времени работы с поставщиком регистрируются негативные характеристики, такие как динамика роста цен на продукцию, динамика поставки товаров ненадлежащего качества. Динамика нарушений поставщиком установленных сроков поставок и др. данный метод оценки поставщиков более точный. В этом случае более высокий рейтинг получает поставщик, набравший наименьшее количество баллов. [1,с. 74]

Рассмотрим оценку поставщиков, основанную на регистрации темпов роста негативных характеристик поставщика. Например, у ООО «Совлит» есть два альтернативных поставщика преформ, один из которых находится в Литве «KLAIPEDA» (поставщик № 1), другой в городе Калининграде «ФАРТ» (поставщик № 2). Преформы необходимы для товаров: товара А – Лимонад; товар Б – Квас; товар В – Вода; Г – Сокосодержащий напиток. Службой снабжения ценовой показатель был признан самым значимым и его вес составляет 0,5 при этом качество производимой продукции – 0,3. Показателю надежности присвоен вес – 0,2.

Таблица 1 – Динамика цен на поставляемую продукцию

Поставщик	Месяц	Товар	Объем поставок (ед. в месяц)	Цена за ед. (руб.)
№1	Январь	А	3 000	15
		Б	2 000	9
	Январь	В	1500	10
		Г	2500	12
№2	Январь	А	10 000	12
		Б	8 000	8
	Январь	В	6 000	7
		Г	7 000	9
№1	Февраль	А	1 500	16
		Б	1 400	10
	Февраль	В	10 000	8
		Г	9 000	10
№2	Февраль	А	9 000	13
		Б	12 000	10
	Февраль	В	10 000	11
		Г	11 000	12

Таблица 2 – Динамика поставки товаров ненадлежащего характера

Месяц	Поставщик	Количество бракованных товаров, поставленных в течение месяца (ед.)
Январь	№1	120
	№2	390
Февраль	№1	220
	№2	530

Таблица 3 – Динамика нарушений установленных сроков поставки

Поставщик №1			Поставщик №2		
месяц	Кол-во Поставок (ед.)	Всего опозданий (дней)	месяц	Кол-во Поставок (ед.)	Всего опозданий (дней)
Январь	10	28	Январь	12	43
Февраль	9	32	Февраль	15	36

1. Расчет средневзвешенного роста цен (показатель цены).

Для оценки поставщика по первому критерию следует рассчитать средневзвешенный темп роста цен ( $T_{ц}$ ) на поставляемую им продукцию по формуле 1.

$$T_{ц} = \sum T_{ci} \times d_i \quad (1)$$

Где  $T_{ci}$  – темп роста цен на  $i$ -тую разновидность продукции;

$d_i$  – доля  $i$ -той разновидности продукции в общем объеме поставок в текущем периоде.

Темп роста цен на  $i$ -тую разновидность поставляемой продукции рассчитывается по формуле 2.

$$T_{ci} = (P_{i1}/P_{i0}) \cdot 100 \quad (2)$$

Где  $P_{i1}$  – цена  $i$ -той разновидности продукции в текущем периоде;

$P_{i0}$  – цена  $i$ -той разновидности продукции в предшествующем периоде.

Доля  $i$ -той разновидности продукции в общем объеме поставок рассчитывается по формуле 3.

$$d_i = \left( S_i / \sum S_i \right) \quad (3)$$

где  $S_i$  – сумма, на которую поставлена продукция  $i$ -той разновидности в текущем периоде, рублей.

Поставщик №1:

Товар А:  $T_{цi} = 16/15 * 100 = 106,7$ ;

$d_i = 16 * 1500 / (16*1500+10*1400+8*10000+10*9000) = 0,12$

Товар Б:  $T_{цi} = 10/9 * 100 = 111,1$

$d_i = 10 * 1400 / (16*1500+10*1400+8*10000+10*9000) = 0,07$

Товар В:  $T_{цi} = 8/10 * 100 = 80$

$d_i = 8 * 10\,000 / (16*1500+10*1400+8*10000+10*9000) = 0,38$

Товар Г:  $T_{цi} = 10/12 * 100 = 83,3$

$d_i = 10 * 9000 / (16*1500+10*1400+8*10000+10*9000) = 0,12$

$T_{ц} = (106,7 * 0,12) + (111,1 * 0,07) + (80 * 0,38) + (83,3 * 0,12) = 60,9$

Аналогично посчитаем для поставщика №2 и средневзвешенный темп роста цен равен 125,3

2. Расчет темпа роста поставки товаров ненадлежащего качества (показатель качества). Необходимо рассчитать темп роста поставки товаров ненадлежащего качества  $T_{нк}$  по каждому поставщику по формуле 4.

$$T_{нк} = \frac{d_{нк1}}{d_{нк0}} * 100 \quad (4)$$

где  $d_{нк1}, d_{нк0}$  – доля товара ненадлежащего характера в общем объеме поставок текущего и предшествующего периодов.

Таблица 4 – Расчет доли и темпа роста товаров

Месяц	Поставщик	Общая поставка (ед/мес.)	Доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок	$T_{нк}$
Январь	Поставщик №1	9 000	$120/9\,000 * 100 = 1,333$	Поставщик №1 $1,005/1,333 * 100 = 75,4$
	Поставщик №2	31 000	$390/31\,000 * 100 = 1,258$	
Февраль	Поставщик №1	21 900	$220/21\,900 * 100 = 1,005$	Поставщик №2 $1,262/1,258 * 100 = 100,3$
	Поставщик №2	42 000	$530/42\,000 * 100 = 1,262$	

3. Расчет темпа роста среднего опоздания (показатель надежности поставки) рассчитывается по формуле 5.

$$T_n = \frac{O_{cp1}}{O_{cp0}} * 100 \quad (5)$$

где  $O_{cp1}, O_{cp0}$  – среднее опоздание на одну поставку в текущем и предшествующем периоде, дни.

Поставщик №1:

Январь:  $28/10 = 2,8$ ; Февраль:  $32/9 = 3,6$ ;  $T_n = 3,6/2,8 * 100 = 129,0$

Поставщик №2:

Январь:  $43/12 = 3,6$ ; Февраль:  $36/15 = 2,4$ ;  $T_n = 3,6/2,4 * 100 = 150,0$

Итак, рейтинг поставщиков представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Расчет рейтинга поставщиков

Показатель	Вес показателя	Оценка поставщика по данному показателю		Произведение оценки на вес	
		Поставщик №1	Поставщик №2	Поставщик №1	Поставщик №2
Цена	0,5	60,9	125,3	30,45	62,65
Качество	0,3	75,4	100,3	22,62	30,09
Надежность	0,2	129	150	25,8	30
Рейтинг поставщика				<b>78,87</b>	<b>122,74</b>

В результате расчетов наблюдается высокий рейтинг у второго поставщика. Отсюда следует, что первый поставщик (фирма «KLAIPEDA») является более надёжным, т.к. суммарный рейтинг у него меньше. Именно с этим поставщиком следует заключить договор о поставке платформ.

#### **Список использованных источников**

1. Гаджинский А. М. Практикум по логистике /А. М. Гаджинский. – 8-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 312 с.
2. Контроль в сфере закупочной деятельности и принятие решения по размещению заказов: метод указания к практ работе./сост.О.Е. Маратканова. – Ижевск: изд-во ИжГТУ, 2007.– 50с.

*Бобкевич Р.В.*  
*студентка 3 курса факультета управления,*  
*Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,*  
*ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления,*  
*Академия управления при Президенте Республики Беларусь*  
*(Минск, Беларусь)*

#### **Особенности формирования персонала на примере ресторанного бизнеса**

Работа любой организации неизбежно связана с необходимостью комплектования штата. Отбор новых работников не только обеспечивает режим нормального функционирования организации, но и закладывает фундамент будущего успеха. От того, насколько эффективно поставлена работа по отбору персонала, в значительной степени зависит качество человеческих ресурсов, их вклад в достижение целей организации и качество производимой продукции или предоставляемых услуг. Поиск и отбор персонала является одним из ключевых элементов системы управления персоналом, тесно увязанным практически со всеми основными направлениями работы в этой сфере.

Планирование персонала – это процесс определения количественной и качественной потребности организации в персонале в будущем и оценки того, в какой степени эта потребность может быть удовлетворена. [3, с. 145]

При этом сопоставляется имеющийся персонал организации с его возможной потребностью в будущем, определяется потребность в найме, обучении, перераспределении, сокращении работников. Результатом такого планирования должно быть наличие нужных людей, выполняющих нужную работу на нужных местах точно в нужное время.

Современные организации используют различные методы планирования – от самых простых до сложных многофакторных моделей. Это может быть экстраполяция, экспертные оценки, компьютерные модели и др.

Направление ресторанного бизнеса является перспективно важным. Особенность этого бизнеса в том, что для обслуживания одного гостя необходимо минимум шесть-семь человек. Поэтому, так называемый человеческий фактор в ресторанном деле, – достаточно важная составляющая всего бизнеса. При этом нет большой конкуренции по программам специальной подготовки или обучения персонала для ресторанного бизнеса. В связи с этим пока мало специалистов, способных научить, передать накопленные и обобщенные специальные знания в области ресторанного дела. Для формирования хорошего персонала в сложившейся обстановке следует проявлять инициативу по подготовке специалистов необходимой компетентности. Каждый ресторатор должен усилить внимание подготовке специалистов на своем предприятии. Постоянное обучение людей даст определенный результат, а высококвалифицированный персонал будет способствовать повышению прибыльности.

Любой ресторан имеет индивидуальную внутреннюю концепцию и понимание ее своим персоналом является важным вопросом. От персонала всегда все передается гостям,

поэтому необходимо стремиться к тому, чтобы гости испытали удовлетворенность от первого посещения ресторана. С этим первым приходом и ощущением особого позитивного настроения связано то, будут ли они впоследствии постоянными гостями, кому порекомендуют это заведение, что повлияет на будущие выгоды.

Очень важно, до начала работы, сплотить персонал, чтобы у людей появился общий корпоративный дух. Имея общий настрой, люди в таком коллективе работают слаженнее и дружнее, само собой, трудностей и проблем возникает меньше.

Вопросы подготовки высококвалифицированных кадров находят отражение и в технологии их планирования.

Таким образом, планирование кадров – это важная составляющая формирования персонала.

Дефицит персонала необходимо ликвидировать путем найма персонала. Под наймом понимается юридическое оформление трудовых отношений между работниками и работодателем в рамках, предусмотренных законом.

Найму предшествует этап набора и отбора персонала. Под набором понимается создание необходимого резерва кандидатов на все вакантные или освобождающиеся должности. Отбор персонала представляет собой обоснованное выявление наиболее подходящих кандидатур на конкретные должности. [2, с. 151]

Набор производится из внешних или внутренних источников. Внешний набор осуществляется через объявления в средствах массовой информации, обращения к агентствам по трудоустройству, учебным заведениям и т. п.

По возможности набор персонала следует стремиться вести в своей организации. Продвижение работников по службе обходится, как правило, дешевле, чем наем со стороны. Кроме того, это повышает заинтересованность работников и усиливает их привязанность к организации.

Для привлечения кандидатов организация может использовать ряд методов: поиск внутри организации, подбор с помощью сотрудников, самопроявившиеся кандидаты, объявления в средствах массовой информации, выезд в институты и другие учебные заведения, государственные агентства занятости и другие.

Большинство ресторанных заведений испытывают одинаковые трудности при подборе и управлении персоналом, так как специалисты приходят с разным уровнем знаний, навыков, психологического восприятия и других факторов.

Поэтому каждый ресторатор задумывается над вопросом – умеет ли его персонал качественно обслуживать посетителей. Для этого нужно проводить ежедневную работу с персоналом, психологически разбираться в людях и понимать – зачем эти люди пришли в эту профессию.

Характерно также для данного бизнеса то, что на ключевые посты работники приглашаются через личных знакомых, потому что далеко не каждому можно доверить ресторанное дело. Непосредственно поиск персонала осуществляется всеми доступными способами: объявления в газетах; запросы через интернет-ресурсы; поиск через знакомых; поиск через своих же сотрудников – новых или старых.

Рестораторы склоняются к введению системы рекомендательных писем и практике наведения справок на бывшей работе претендента, ведь что резюме, составленные потенциальными работниками, чаще всего напоминают сочинения на вольную тему. Непосредственно отбор персонала должен производиться самим ресторатором, директором или менеджером ресторана, менеджером по сервису, шеф-поваром, завхозом – каждым, кто имеет свое подразделение. [1, с. 78]

После непосредственного набора персонала, необходимо делать выбор из уже определенного количества людей. В первую очередь нужно оценить способность людей к обучению и восприятию информации, способности к запоминанию. Очень важно пробудить в человеке тягу к получению знаний. В ресторанном бизнесе нужно много знать, много запоминать, уметь выходить из разных ситуаций, ведь уровень сервиса дает представление обо всей проделанной работе заведения. Ресторан должен работать слаженно, как механизм. Но у гостя представление о ресторане в целом формируется в значительной степени

от уровня обслуживания, где важная роль отводится официанту. Именно официанты, в свою очередь, являются одним из важнейших источников информации о гостях – их запросах и пожеланиях. Мелочей при обслуживании посетителей нет.

Основные требования, предъявляемые к официанту, можно сформулировать следующим образом: хороший сервис требует особых человеческих качеств. Под ними понимаются: коммуникабельность; знание основ психологии; дипломатичный подход к гостям; самоуважение; юмор; знание иностранных языков; быстрое реагирование на поведение гостей; владение ресторанным этикетом; хорошее знание структуры ресторана и сложившейся системы обслуживания; аккуратность и чистоплотность; умение продавать; дружелюбие и проявление особого внимания к гостям. [1, с. 93]

Особенностью служащих сервиса должно стать умение найти подход к каждому гостю. Прекрасное исполнение служебных обязанностей возможно в том случае, если есть желание ежедневно работать по-новому, обслуживать самых разных посетителей, проявляя максимальное внимание. Успех в профессии в основном зависит от личности служащего сервиса.

Работники сервиса стоят на переднем плане общения с гостями и символизируют для них качество работы всего заведения, следовательно, представляют тех своих коллег, которые действуют за пределами зала. Большую роль играет внешний вид работников: их одежда должна нравиться гостям и им самим, должна «отражать» стиль данного заведения. В наше время уже все понимают, насколько важную роль играет привлекательная производственная униформа, – это визитная карточка, своеобразный символ, средство маркетинга. Не последняя роль отводится униформе как средству защиты от возможных травм.

Таким образом, качественно новый уровень развития экономики и, в частности, конкретной организации не может быть достигнут без эффективного использования персонала. Значение правильного выбора персонала исключительно важно для любой организации. Высококласный персонал повышает эффективность функционирования организации, значительно увеличивая прибыль и уменьшая вероятность неудач.

#### **Список использованных источников**

1. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе: уч. пособие. / Е.В. Агамирова – М.: Дашков и Ко, 2007. – 376 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. Практикум: уч. пособие. / А.Я. Кибанов – М.: ИНФРА-М, 2002 – 296 с.
3. Магура М.И. Поиск и отбор персонала.//Управление персоналом./ М.И. Магура – М.: Литкон, 2001. – 265 с.

*Возмищева Л.Е., Спадерова Н.А.  
студентки 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Найденова Ю.Н.  
ст. преподаватель каф. финансового менеджмента  
Высшая школа экономики – Пермь  
(г. Пермь)*

#### **Влияние «зеленого» интеллектуального капитала на конкурентные преимущества фирмы**

Если ранее исследователи фокусировали свой научный интерес на компоненты интеллектуального капитала в общем и на то, какие преимущества они дают компании, то в последнее время в связи с молниеносным развитием технологий и увеличением масштабов производства, ростом экологического сознания среди населения и усилением международных экологических норм и требований, оказывающих значительное воздействие на мировое производство, проблемы экологии и защиты окружающей среды приобретают особую значимость.

Для фирм очень важно выработать правильную стратегию в сложившейся ситуации. Компании чаще всего стараются избегать дополнительных затрат на осуществление мер по защите окружающей среды, так как они думают, что это не только не принесет им никаких экономических выгод, но и будет препятствовать их будущему развитию. Однако некоторые компании, лидеры рынка, обращают внимание на экологию. В настоящее время составляются зеленые рейтинги, ассоциации и т.д. В данном исследовании мы попытаемся выяснить, насколько эта точка зрения соответствует действительности.

Впервые данная проблема была серьезно изучена в работах Yu-Shan Chen в 2008 году. Именно он вводит понятие «зеленого» интеллектуального капитала, понимая под этим ту часть интеллектуального капитала, с помощью которой фирма осуществляет меры по защите экологии и окружающей среды. В своих исследованиях автор постулирует утверждение о том, что фирмам стоит развивать и культивировать зеленый интеллектуальный капитал, поскольку это может принести значительные конкурентные преимущества.

Цель нашего исследования оценить влияние «зеленого» интеллектуального капитала на ключевые показатели деятельности фирмы (прибыль), чтобы понять, дают ли такие инвестиции конкурентные преимущества фирме, и таким образом, дать справедливую оценку инвестициям в «зеленый» капитал.

Необходимо отметить, что данные по «зеленому» интеллектуальному капиталу довольно сложно найти, так как в настоящее время не существует единых обязательных требований для компаний составлять отчеты как по интеллектуальному капиталу, так и по социально-экологической ответственности. Так, Yu-Shan Chen в своем исследовании использовал анкетирование, где респондентам – 600 компаниям в сфере информационных услуг и электроники в Тайване, случайно выбранным из “2005 Business Directory of Taiwan”, было предложено ответить на вопросы из трех блоков – касательно человеческого, структурного и отношенческого капитала. Респондентами анкетирования были менеджеры отделов производства, маркетинга, R&D и охраны окружающей среды.

Наша работа основывается на исследовании, проводимом Yu-Shan Chen, однако, в силу ограниченности доступа, мы использовали данные, находящиеся в открытом доступе из таких источников как годовые отчеты фирм, а также показатели, рассчитанные в рейтинге “The good company ranking. Evaluation of the corporate social responsibility of Europe’s 90 biggest firms”.

Сбор данных производился за единственный период времени – 2009 год.

В качестве зависимой переменной, представляющей собой конкурентные преимущества, нами был взят показатель чистой прибыли компании.

В качестве объясняющих переменных, влияющих на конкурентные преимущества фирмы, были выбраны следующие показатели, которые являются бинарными и отвечают за:

- разработку компанией экологических продуктов (1 – если компания обладала экологическим продуктом или занималась его разработкой, 0 – в противном случае);
- проведение экологических тренингов среди своих сотрудников, а также формирование или наличие «зеленых» отделов (1 – в случае соответствия данному критерию, 0 – в противном случае);
- представление специального отчета по социально-экологической ответственности (1 – в случае наличия такого отчета на сайте компании, 0 – в противном случае);

Кроме того, следующие показатели из экологического рейтинга, также являются регрессорами в модели:

- показатель, отражающий социальную направленность компаний, который является агрегированным и составлен в результате опроса компаний по нескольким критериям (социальное осознание, вклад в повышение значимости социальных проблем и придание им нового образовательного содержания)
- показатель, отражающий экологическую направленность компаний (является агрегированным и составлен исходя из следующих критериев – учет экологического аспекта в бизнес-процессах, экологические инновации, взаимодействие со стейкхолдерами в процессе осуществления экологических программ).



Построив графики для наших переменных, мы убедились, что в выборке отсутствуют выбросы.

Далее рассмотрим описательные статистики для каждой переменной.

Таблица 1 – Описательные статистики

	ENVIRONME NTAL	ENVIRONME NTAL_EDUC ATION	ENVIRONME NTAL_PROD UCTS	NET_INCOME _MILL_EUR	SOCIAL_ECO LOGICAL_RE PORT	SOCIETY
Mean	16.34400	0.520000	0.640000	104.6012	0.360000	14.83200
Median	16.60000	1.000000	1.000000	8.943000	0.000000	15.50000
Maximum	23.30000	1.000000	1.000000	593.4610	1.000000	25.50000
Minimum	5.300000	0.000000	0.000000	-149.0000	0.000000	2.500000
Std. Dev.	3.934048	0.509902	0.489898	212.1771	0.489898	5.560180
Skewness	-1.001509	-0.080064	-0.583333	1.490382	0.583333	-0.640181
Kurtosis	4.552201	1.006410	1.340278	3.604604	1.340278	3.304127

Так как показатели environmental education, environmental product и social ecological report являются бинарными переменными, то к ним полученные значения статистик неприменимы.

Далее проведем корреляционный анализ наших переменных.

Таблица 2 – Корреляция

	ENVIRONME NTAL	ENVIRONMEN TAL_EDUCATI ON	ENVIRONM ENTAL_ PRODUCTS	NET_INCOME_ MILL_EUR	SOCIAL_ECO LOGICAL_ REPORT	SOCIETY
ENVIRONMENT AL	1.000000	-0.175974	-0.118993	-0.258586	0.084402	0.597312
ENVIRONMENT AL_EDUCATIO N	-0.175974	1.000000	-0.053376	0.233044	-0.113424	-0.230970
ENVIRONMENT AL_PRODUCTS	-0.118993	-0.053376	1.000000	-0.044880	0.388889	0.019702
NET_INCOME_ MILL_EUR	-0.258586	0.233044	-0.044880	1.000000	-0.309221	-0.147631
SOCIAL_ECOLO GICAL_REPORT	0.084402	-0.113424	0.388889	-0.309221	1.000000	0.326001
SOCIETY	0.597312	-0.230970	0.019702	-0.147631	0.326001	1.000000

Рассмотрев полученные значения, мы можем сказать, что чистая прибыль находится в положительной, но при этом слабой зависимости только с экологическим образованием.

Между чистой прибылью и социально-экологическими отчетами наиболее сильная корреляционная связь, не смотря на то, что она отрицательна.

Также мы можем сказать, что в нашей модели отсутствует мультиколлинеарность. Наибольшая корреляционная связь наблюдается только между показателями environmental и society, но она не достаточно сильна.

Результаты нашего исследования могут быть интересны с теоретической точки зрения, поскольку данная тема является недостаточно изученной, относительно новой и требующей серьезного изучения. Кроме того, они могут быть полезны производственному сектору, в особенности тем компаниям, чья деятельность оказывает серьезное воздействие на окружающую среду.

Насколько внешняя направленность фирмы может помочь ей в достижении результатов.

Под влиянием общественного мнения фирмы все больше начинают уделять внимание зеленому капиталу. Также различные налоговые льготы от государства и иные субсидии этой сферы способствуют стремлению компаний наращивать свой зеленый капитал.

### **Список использованной литературы**

1. "The determinants of green intellectual capital" By: Chang, Ching-Hsun; Chen, Yu-Shan MANAGEMENT DECISION Volume: 50 Issue: 1-2 Pages: 74-94 Published: 2012
2. "Environmental consciousness and intellectual capital management Evidence from Taiwan's manufacturing industry" By: Huang, Cheng-Li; Kung, Fan-Hua MANAGEMENT DECISION Volume: 49 Issue: 9-10 Pages: 1405-1425 Published: 2011
3. "The positive effect of green intellectual capital on competitive advantages of firms" By: Chen, Yu-Shan JOURNAL OF BUSINESS ETHICS Volume: 77 Issue: 3 Pages: 271-286 Published: FEB 2008
4. "Green organizational identity and green innovation" By: Chang, Ching-Hsun, Chen, Yu-Shan MANAGEMENT DECISION Volume: 51 Issue: 5 Published: 2013
5. "The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation" By: Chang, Ching-Hsun JOURNAL OF BUSINESS ETHICS Volume: 104 Pages: 361-370 Published: December 2011
6. "The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan" By: Chen, Yu-Shan, Lai, Shyh-Bao, Wen, Chao-Tung JOURNAL OF BUSINESS ETHICS Volume 67 Pages: 331-339 Published: Sep., 2006

*Воронина Е.А.  
студентка 3 курса факультета управления  
Научный руководитель: Попова Т.Е.,  
ст. преподаватель каф. теории и практики  
государственного управления, магистр экономики и управления  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

### **Особенности развития рынка интеллектуального ресурса Республики Беларусь**

В условиях современного развития всех мировых процессов главенствующую роль продолжает занимать прогресс науки и техники. Ограниченность ресурсов во всем мире приводит к выделению нового доминирующего и определяющего развитие глобальной экономики рынка – интеллектуального ресурса. Под интеллектуальным ресурсом понимается качественно новый вид ресурсов, аккумулирующий в себе новейшие знания и изобретения, воплощенные либо в информации, либо в навыках и умениях людей, либо в материальных носителях, которые потенциально могут быть использованы при создании продукта, обеспечивают высокий уровень конкурентоспособности и расширение производственных возможностей как национальных экономик, так и мировой экономики в целом.

Отношения по поводу интеллектуального ресурса складываются на особом сегменте рынка – рынке интеллектуального ресурса. Структура рынка интеллектуального ресурса рассматривается с точки зрения выделения трех взаимосвязанных сегментов: рынка человеческого капитала, рынка инноваций и рынка информации и информационных систем.

Динамика, глубина и направленность трансформаций отдельных сегментов рынка интеллектуального ресурса Республики Беларусь неравноправны и противоречивы. Наиболее сформировавшимся и интенсивно развивающимся в структуре рынка правомерно считать рынок человеческого капитала. Анализ процессов, происходящих на данном рынке, в целом позволяет говорить о его положительной динамике. Так, по подсчетам специалистов ООН уже в 2001 году наша страна перешла из группы со средним уровнем развития человеческого потенциала в группу с высоким [5, с. 8].

В стране сохраняется высокий уровень охвата населения высшим образованием. Так, в 2012-2013 году численность студентов высших учебных заведений в нашей стране составила 428 400 человек. Таким образом, на 10 000 человек населения приходится 453

студента высших учебных заведений [3]. Что касается расходов на образование, то в 2011 году они составили 5,3% от ВВП [1].

В то же время, необходимо отметить, рост качественных и количественных характеристик недостаточен для адекватной интеграции национального рынка человеческого капитала в глобальный. Это связано с недостаточным уровнем инновационной активности и взаимодействия системы высшего образования с отраслями экономики, переходом к массовому высшему образованию, не сопровождающимся соответствующим укреплением кадрового потенциала.

В соответствии с государственной программой развития высшего образования в Республики Беларусь на 2011-2015 годы высшее образование развивается в соответствии со стратегией перехода страны к инновационной экономике и является основным источником обеспечения ее кадрового потенциала.

Доля государственной финансовой поддержки в инновационный бизнес республики повышается. Так, в 2011 затраты государства на научные исследования и разработки увеличились по сравнению с 2010 на 1038,5 млрд. руб. и составили 2342,2 млрд. руб. [5, с. 116-117].

Наблюдается положительная тенденция роста экспорта наукоемкой продукции как в страны СНГ, так и в страны дальнего зарубежья. Предпринятые в 2011 г. меры позволили в целом достигнуть запланированного уровня по экспорту наукоемкой и высокотехнологичной продукции – 3205,3 млн долл. США при плане 3100 млн долл. США (определен Пошаговой стратегией до 2015 г. увеличения не менее чем на 200 процентов доли наукоемкой и высокотехнологичной продукции в общем объеме белорусского экспорта, утвержденной Первым заместителем Премьер-министра Республики Беларусь 27 декабря 2009 г. № 34/310-491), что составляет 6,9 % от общего объема экспорта товаров и услуг в 2011 г. [2, с. 197].

Рынок информации и информационных систем Республики Беларусь находится на первой ступени своего развития. Это объясняется, во-первых, относительно низким уровнем развития средств обработки и передачи информации. Так, количество абонентов сотовой связи в РФ в 2011г. составило 256116,6 тыс. человек, в Украине – 55566,9 тыс. человек, а в Беларуси – 10694,9 тыс. человек [4, с. 118-119].

Во-вторых, – невысока степень развития электронного бизнеса, который предполагает перенесение большей части экономических отношений в глобальное пространство системы Интернет. Практически отсутствуют либо слабо развиты такие его составляющие, как торговля между предприятиями посредством современных средств коммуникаций; электронные банковские, брокерские, страховые услуги; взаимодействие предприятий и органов государственного управления с использованием локальных компьютерных сетей; взаимодействие граждан и правительственных организаций в рамках концепции электронного правительства. Относительно развитой является только розничная торговля через интернет-магазины.

В-третьих, вследствие невысокого уровня платежеспособности большая часть населения, в особенности проживающая в регионах республики, не имеет возможности приобретать аппаратуру и оплачивать услуги фирм – провайдеров информационных услуг, т.е. не имеет широкого доступа к информационным источникам.

Для финансовой поддержки работ в области информатизации в стране создан Фонд информатизации Республики Беларусь, который принимает активное участие в разработке и реализации различных государственных программ. В 2011 году была утверждена Национальная программа ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011–2015 годы. В республике создается организационная инфраструктура рынка инноваций. В нее входят технопарки, специализированные фонды финансовой поддержки исследований, центры трансферта технологий, способствующие поиску партнеров для инновационной деятельности как в стране, так и за рубе-

жом. В то же время, необходимо отметить, степень участия белорусских предприятий в мировом рынке инноваций невысока.

Анализ социально-экономической динамики рынка интеллектуального ресурса Республики Беларусь позволяет говорить о возможности его дальнейшего развития и интеграции в мировую систему. Механизм такой интеграции предполагает интенсификацию макроэкономических трансформаций на всех сегментах рынка интеллектуального ресурса.

#### **Список использованных источников**

1. Central Intelligence Agency [Electronic resource] – Mode of access: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/bo.html>.
2. Войтов, И.В. О состоянии и перспективах развития науки в Республике Беларусь по итогам 2011 года: Аналитический доклад / И.В. Войтов, А.Л. Топольцев, М.И. Артюхин, Н.Н. Костюкович, В.М. Руденков, И.А. Хартоник, А.П. Чечко; под ред. И.В. Войтова, А.М. Русецкого – Минск: ГУ «БелИСА» – 2012. – 224 с.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Информационное общество в Республике Беларусь: Статистический сборник / под ред. В.А. Богуша – Минск, 2012 – 126 с.
5. Организация Объединенных Наций. Обзор инновационного развития Республики Беларусь / Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций – Нью-Йорк и Женева – 2011. – 172 с.

*Дорогокупля С.В.  
студент 2 курса факультету экономики и управления  
Научные руководители: Глухова В.И., канд. экон. наук, доц.,  
Конюхова Н.И. канд. экон. наук, доц.  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Новые взгляды на политику менеджмента персонала: опыт Германии**

Политика менеджеров и в целом структурные проблемы управления являются предметом оживленного научного обсуждения в Германии. Эти дискуссии являются весьма актуальными и для менеджмента в Украине. Целью данного исследования является изучение опыта Германии в сфере менеджмента применительно к условиям Украины.

Принято считать, что успешной работа менеджера признается лишь при условии, что она была преподнесена в нужном виде и при всяком удобном случае, будь то презентация, непринужденная беседа в буфете или на корпоративе. Экстраверты чувствуют себя при этом в своей тарелке. А что же делать другой половине, сдержанным людям? Они, интроверты по натуре, чувствуют себя некомфортно. Хотя в своей профессиональной деятельности могут принести много пользы команде.

Все без исключения консультанты в области менеджмента утверждают, что без пиара карьерный рост невозможен. Мы живем в таком мире, в котором твоя работа будет оценена только в том случае, когда самое главное – верно подать ее (утром – на презентации, в обед – при случайной беседе с шефом, потом при встрече с клиентом и, наконец, вечером на корпоративе, то есть в среде обитания экстравертов). Интроверты считают это кошмаром, для них такое положение вещей совершенно неприемлемо, главным для людей такого типа является сама работа и получение хороших результатов, а не пиар. Среди своих коллег они слышат чудачками. Иногда им хочется крикнуть своим напористым коллегам: «Да работаете ли вы, в конце концов, или просто пиарите себя» [2]. Это настоящий крик

души 45-летнего юриста из Мюнхенской канцелярии, которая считает себя интровертом. Она обожает свою работу, сидит допоздна в конторе, скрупулезно работает над документами, разрабатывает стратегии, обсуждает их с коллегами, а затем кратко отчитывается перед своей командой. Совсем иначе ведут себя ее коллеги, которые только и занимаются своим карьерным ростом. Они работают совершенно по другому принципу. Их девиз – не работать, а, скорее, создавать пиар вокруг своей деятельности. «Эта их пустая болтовня действует мне на нервы», – говорит она [2]. При этом очень переживает, что ей навешивают ярлык «чудачки». И поэтому чувствует себя среди них, как человек с другой планеты.

Как правило, углубленные в себя люди придают меньше значения признанию. Похвалы и признание имеют для нее, как и для других интровертов, гораздо меньше значения, чем для ее коллег. По мнению психолога Джозефа Ньюмана из университета Висконсин, интроверты уже запрограммированы на это. Они предпочитают оставаться в тени, не любят, чтобы ими восхищались, относятся с недоверием к возможным чрезмерным проявлениям чувств. Это настораживает и отталкивает от них экстравертов. Интроверты ведут себя более спокойно, сдержанно и застенчивы в отношениях с другими людьми, причем это не имеет ничего общего со страхом перед социумом, как считает берлинский психолог Юлия Парух. Они не любят выступать публично, избегают быть в центре внимания. Они боятся встречи с чужим миром – это их просто убивает. При этом самым решающим является страх излишнего внимания.

«Эволюция не случайно оставила эти оба типа людей, мир нуждается в каждом из них. И в тех, которые произошли от живущих в пещерах охотников на мамонтов, и в тех, которые могли спасти от опасного саблезубого тигра», – говорит автор книг о молчунах Сильвия Льюкен [2]. Это всегда было проблемой для менеджеров по персоналу, однако сейчас это стало понятнее. Лингвист из Бонна отнюдь не считает, что молчуны относятся к разряду людей второго сорта и их можно просто игнорировать. Немецкий канцлер Ангела Меркель также относится к типу интровертов и имеет совсем другой стиль власти, чем ее предшественник Шредер. У сдержанных натур есть целый ряд положительных качеств. Например, они умеют выслушать человека, качество, которое является очень важным не только при работе с клиентами, но и при ведении переговоров. «Очень ценное качество, особенно на уровне управления», – подчеркивает психолог [1]. Концентрация, аналитическое мышление, настойчивость – такие качества всегда выделяли этих людей. Во всех смыслах их основные черты таят огромный потенциал, дающий отличные результаты креативной работы. «Способность концентрации в течение длительного времени, полное посвящение себя работе очень ценятся и могут быть применены во многих областях», – говорит Парух. Но также ясно: интроверты могут найти хорошую работу скорее всего в таких областях, как аудит, ревизионные службы, бухгалтерии, а многие из них уходят в науку. Сильвия Льюкен формулирует ключевые вопросы идеальной среды обитания тихих людей. «Как я могу использовать силу, которая делает меня аутентичной? Как создать с помощью моей личности рациональную связь с другими и сделать мои достижения явными?» [2].

Точка зрения, что твоя хорошая работа обязательно должна быть увидена и оценена другими, в действительности не служит карьерному продвижению. Надо подумать, как построить мир, в котором тебе действительно хорошо и комфортно, то есть находить контакт со всеми коллегами. Если для экстравертов как воздух нужны импульсы внешнего мира, пока они охотно и часто устраивают обратную связь, для интровертов это стресс. «Они чересчур стимулированы, более чувствительны к раздражителям. Впрочем, это можно доказать чисто физиологически», – разъясняет Льюкен, которая также относит себя к интровертам [1].

Все же хорошо функционирующая команда нуждается в обоих типах людей, как в экстравертах, так и в интровертах, которые, независимо от их генетических свойств, обладают готовностью к сплоченной работе. Если проще, то это означает следующее: чтобы

раскрыть потенциал тех и других, интровертам нужно дать больше возможностей к уходу в себя, к отступлению, а экстравертам – больше контактов с внешним миром.

Фирма IT-консалтинг признала этот факт и провела конференции с опросом специалистов. Каждый должен написать предложение, как он хотел бы решить конкретную проблему. Это заставляет людей повысить концентрацию и дисциплину, и интроверт знает, что к его мнению прислушиваются. Позже проводится круг обратной связи, каждому представляется слово, независимо от статуса и быстроты мышления. Как выяснилось, этот метод оказался более эффективным, чем метод мозгового штурма.

Американский юрист Сьюзен Кейн поставила задачу определить, какие же силы таит в себе такая сдержанность и спокойствие молчунов. Её труд носит название «Штиль. Значение интровертов в шумном мире». На многих примерах она демонстрирует, почему без интровертов не было бы ни теории относительности Эйнштейна, ни фортепианных пьес Шопена, ни Google, ни даже Гарри Поттера. А вполне вероятно, что не было бы никакого финансового кризиса. Кейн утверждает, что его можно было бы предотвратить, если бы специалисты-интроверты не были бы вытеснены экстравертированными авантюристами.

Таким образом, исследования роли экстравертов и интровертов в развитии предприятий, организаций и общества являются важным шагом на пути к совершенствованию теории и практики менеджмента персонала.

#### **Список использованных источников**

1. Markt : Materialien aus der Presse / Goethe-Institut. Ausgabe 54 – 2013
2. Von Ursula Kals / Frankfurter Allgemeine // Die Stillen haben viel zu sagen – 2013: [http://www.faz.net]

*Курбангалиев Э.А.  
студент 3 курса специальности «Коммерция»  
Научный руководитель: Желтовских Е. В., преподаватель,  
Финансово-экономический колледж  
(г. Пермь)*

#### **Партизанский маркетинг: научный и практический аспект**

В условиях жесточайшей конкуренции и борьбы за каждого потребителя, необходимо, чтобы ты стал узнаваемым, и появились потенциальные покупатели твоей продукции. Для того чтобы выжить и развиваться, нужно часть денег вкладывать в традиционную рекламу через СМИ. А если данный вид не по карману?! Что тогда делать? Тут придет на помощь «Партизанский маркетинг». А что это?

Партизанским маркетингом называют малозатратные способы рекламы, позволяющие эффективно продвигать свой товар, привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль, не вкладывая или почти не вкладывая денег. Поэтому партизанский маркетинг называют также «малобюджетным маркетингом».

Своей популярностью партизанский маркетинг обязан простой формуле: небольшой бюджет + необычное действие = всеобщее внимание.

Термин «Партизанский маркетинг» впервые применил американец – рекламист – Джей Конрад Левинсон. В 1984 году издал книгу под названием «Партизанский маркетинг». Таким образом, Левинсон является основателем – «Партизанского маркетинга».

Методы партизанского маркетинга использовались до того, как возник этот термин.

У «Партизанского маркетинга» есть свои особенности, отличающие его от классической рекламы, это – отказ от традиционной рекламы в СМИ, как основного способа продвижения.

Вторая особенность «Партизанского маркетинга» заключается в том, что большинство его приемов дают результат, либо немедленно, либо спустя короткое время.

Следующая особенность «Партизанского маркетинга» – его методы зачастую невидимы для конкурента, и поэтому не могут быть скопированы.

Для малого бизнеса «Партизанский маркетинг» – это главный, а иногда и единственный способ продвижения себя на рынке, для среднего – один из ключевых, а для крупных компаний – дополнительный инструмент маркетинга, который поможет «добрать» потенциальных клиентов, не охваченных традиционными методами рекламы, компании такие как: Сбербанк, Росгосстрах, Харли-Девидсон, Volvo, Mercedes, Nissan, Procter&Gambel и.т.д.

Например, открывая каждую новую точку ресторана в новом районе, кормить бесплатными обедами местных парикмахеров, косметологов и других, чья работа связана в сфере обслуживания, непосредственно связанная с тесным общением клиента. На усмотрение хозяина ресторана или кафе, в расчете на то, что они будут рассказывать клиентам о новом чудесном заведении, о том, что каждый непременно должен посетить это заведение и отведать приготовленные яства. Эта схема в свое время была с успехом использована небольшой компанией общепита.

Теоретического материала очень много, а вот что выходит на практике, сейчас узнаем...

Такой пример: Apple в тяжелое для себя время поставила по одному компьютеру в каждую калифорнийскую школу, убив там двух зайцев: дети рассказали о новом компьютере своим родителям и из этого выросло целое поколение, влюбившееся в «Макинтоши».

Хочу привести еще один подобный пример: хозяин зоомагазина пригласил в свой магазин детей детских садов и школ на экскурсию. В конце экскурсии прощаясь с детьми, он со своими помощниками вручил в подарок каждому ребенку по золотой рыбке в полиэтиленовых мешочках с водой и брошюры по уходу за рыбками, в итоге ближайшее время настолько выросла реализация и прибыль в его магазине. Большинство родителей в данном магазине приобретали не только рыбок, а все необходимое для их содержания: аквариум, корма для рыбок, фильтры, подсветки, аксессуары и многое другое. Расширение магазина и открытие новых точек уже была неизбежностью.

Есть еще такой пример, почти каждый знает холдинг «Эр-телеком» под известным брендом «Дом.ру», который успешно развивается в России на протяжении 15 лет в сфере телекоммуникаций, тоже охотно использует партизанский маркетинг. Они в основном используют интернет рекламу, т.е. вирусный маркетинг, а именно скрытые ссылки, перенаправляющие на рекламный сайт. Так же хорошо используют блогеров, которые охотно рассказывают о пользовании «Дом.ру», не навязчиво рекламируя в сети, и в итоге идет обсуждение продуктов компании самими пользователями. Помимо этого проводят различные рекламные акции и спонсорство различных мероприятий, вот как недавно прошедший волейбол в СК им. Сухарева, на данном мероприятии везде висели баннеры с логотипом компании, а так же они соорудили интересный дирижабль с логотипом и номером телефона и скидывали с него подарки пришедшим зрителям, успех был колоссальный. Данные мероприятия, как считают маркетологи «Дом.ру», направлены на имидж, популярность, узнаваемость бренда, а если бренд будет узнаваем, то и приток новых клиентов будет на высоте.

Для достоверности того, что данный метод работает, хочу привести некоторые коммерческие данные. Сравним затраты на традиционную рекламу и партизанский маркетинг, а именно вирусный маркетинг, а так же прирост абонентов в компании и рост выручки. Данные сведены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 – Традиционный маркетинг

Вид рекламы	Затраты руб./мес.	выручка руб./мес.
Реклама на телеканале: СТС, ТНТ	900 000	
Реклама в газете: ТелеСемь, КП	350 000	
Реклама на щитах и баннерах, автобусах	250 000	
Реклама по радио: Рекорд, Болид, Европа+	450 000	
Итого:	1 650 000	25 000 000

Таблица 2 – Партизанский маркетинг

Вид рекламы	Затраты руб./мес.	выручка руб./мес.
Перенаправление с сайта на сайт	70 000	
Заказ блогера	40 000	
Интернет баннер	100 000	
Рекламная акция	90 000	
Итого:	300 000	27 000 000

Цены на рекламу взяты с расчетом расценок прямых поставщиков, выручка отслеживалась исследованием рынка потребителей ключевым вопросом: «Откуда Вы узнали о нашей компании?».

Из данных таблиц видно, что на традиционную рекламу тратится много денежных средств, но и результат тоже поразительный, а при использовании партизанского маркетинга стоимость рекламы сильно снижена и выручка даже больше чем от традиционной рекламы, следовательно, экономия идет колоссальная при этом в компании остается больше чистой прибыли.

Компания не стоит на месте в дальнейшем планирует и развивает данное направление. Маркетологи компании будут выкладывать на различных Интернет-ресурсах видеоролики, но суть состоит в том, что в данном ролике не будет ни какой информации о холдинге, при просмотре данного видео потенциальный клиент будет перенаправлен на специальный промо-сайт, где сможет подробно ознакомиться с конкретным предложением. Эффективность данного метода покажет только время...

Компании, использующие для достижения своих целей «Партизанский маркетинг», должны ежедневно отслеживать события, происходящие на мировых рекламных рынках. Если вы не владеете происходящей ситуацией в мире, значит вы, а вместе с тем и Ваша компания, отстает. Настоящие партизаны никогда не отстают и не сдаются.

Подводя итоги можно сказать, что основная цель использования «Партизанского маркетинга» – это не слова конечного потребителя «Да, я видел это», а слова «Да, я хочу приобрести», которые должны перерасти в действие. И это «Золотое правило всей торговли», и это и есть победа!

#### **Список использованных источников**

1. Левитас, А.М. Больше денег от вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии / А.М. Левитас. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 320 с.
2. Левинсон, Д.К. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах / Д.К. Левинсон. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 432 с.
3. Манн, И.Б. Без бюджета. 57 эффективных приемов маркетинга / И.Б. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2009. – 306 с.

*Кычкина А.С.  
студентка 5 курса факультета менеджмента  
Научный руководитель: Баталова Е.В., канд.экон.наук, доцент,  
доцент каф. предпринимательства и управления  
Западно-Уральский институт экономики и права  
(г.Пермь)*

#### **Управление конфликтами в инновационных организациях**

Конфликт является неотъемлемой составляющей человеческих отношений, а конфликтное взаимодействие предполагает противоборство сторон, то есть определенные действия, направленные друг против друга.

В организациях конфликт, по своей сути, является одним из видов социального взаимодействия, субъектами и участниками которого выступают индивиды, большие и малые



социальные группы. Таким образом, конфликты охватывают все сферы жизнедеятельности людей, а также всю совокупность социальных отношений в организациях.

Более частому возникновению конфликтов подвержены инновационные организации, поскольку инновации открывают новые перспективы изменения гибкости на изменение спроса и предложения, т.е. идет замена старого – новым, это объективно порождает социальные противоречия.

Таким образом, можно сказать, что проблема управления конфликтами очень актуальна для эффективной работы инновационной организации, и она требует более детального рассмотрения.

Конфликт можно определить, как отсутствие согласия между двумя сторонами или более, при котором ни одна из конфликтующих сторон не принимает позицию другой стороны.

У всех конфликтов есть несколько причин. Обычно это недостатки в организации производства и управления: недовольство оплатой труда; неблагоприятные условия труда; несоответствие прав и обязанностей; неудобный график работы; упущения в технологии; необеспеченность заданий ресурсами и т.д.

Существуют четыре основных типа конфликтов: внутриличностный конфликт, межличностный конфликт, конфликт между личностью и группой, межгрупповой конфликт [2, с.45]. *Внутриличностный конфликт* выражается борьбой противоречий внутри человека, сопровождаемой эмоциональной напряженностью. Конфликт возникает в результате того, что требования не согласуются с личными ценностями. *Межличностный конфликт в организации* проявляется чаще всего в виде борьбы руководителя за ограниченные ресурсы, капитал или рабочую силу, время использования оборудования или одобрение проекта; эта борьба за власть, привилегии. *Конфликт между личностью и группой* может возникнуть, если эта личность займет позицию, отличающуюся от позиции группы. *Межгрупповой конфликт* возникает из-за отсутствия четкого согласования функций и графиков работы между подразделениями.

Рассмотрим сущность инновационного предприятия и его особенности, которые приводят к возникновению конфликтных ситуаций. *Под инновационным предприятием* понимается хозяйствующий субъект, который внедряет продуктовые или процессные инновации, независимо от того, кто был автором инновации – работники данной организации или внешние агенты.

Всякое нововведение связано с разработкой, «пробиванием», распространением и использованием новшеств в производстве. При этом возникает противоречие между сторонниками и противниками нововведения. Причина этого кроется в различии результатов и последствий нововведений для социальных групп работников с одной стороны, и организации в целом – с другой. Так, возможны ситуации, когда нововведение выгодно предприятию, но не отвечает интересам отдельных групп его работников, или наоборот. Кроме того результаты инноваций могут иметь разное содержание для предприятия и работников. Например, с точки зрения интересов организации основным результатом может стать рост производства продукции, полученный за счет создания особых условий в одном из отделений (бригад), работающих на коллективном подряде. В бригадах результаты могут выражаться в росте доходов. А в остальных звеньях результат данного нововведения может выразиться в ухудшении их положения из-за ограничения техники, которая была переброшена из отделения на подряд.

Таким образом, в инновационных организациях могут возникнуть следующие противоречия, ведущие к возникновению конфликта: социальный эффект может иметь противоположный «знак» по отношению к экономическому; последствия инноваций могут противостоят результатам; одни и те же результаты и последствия нововведений могут по-разному оцениваться членами коллектива организации.

Последствия инновационного конфликта весьма противоречивы. В каждом конфликте существуют как дезинтегративные, разрушительные, так и интегративные, созидательные

моменты. *Дезинтегрированные последствия* ведут к еще большему усложнению проблемы, усиливают внутригрупповое напряжение в инновационных организациях. *Интегративные последствия* наоборот приводят к разрешению возникших проблем в организации, усиливают групповую сплоченность.

Преодоление и разрешение конфликтов в инновационной организации позволит организовать функционирование и инновационный процесс более эффективно, поэтому менеджер должен стремиться к скорому завершению конфликтных ситуаций.

Завершение конфликта может происходить несколькими путями, среди которых обычно выделяют следующие:

- 1) полное прекращение конфликта путем взаимного примирения сторон на какой-либо основе;
- 2) прекращение конфликта вследствие победы одной из сторон;
- 3) ослабление конфликта почти до полного примирения на основе взаимных уступок или уступок одной из сторон;
- 4) трансформация конфликта путем перерастания его в новый конфликт, который затмевает первый, или перерастания в перманентную конфликтную ситуацию;
- 5) постепенное затухание конфликта на основе самопроизвольного течения;
- 6) механическое уничтожение конфликта.

Наиболее эффективной формой на наш взгляд является – разрешение. *Разрешение инновационного конфликта* – это совместная активная деятельность его участников, направленная на прекращение противодействия и решение проблемы, которая привела к столкновению [1, с.125].

Можно назвать несколько этапов разрешения инновационного конфликта:

- 1) установление действительных участников конфликтной ситуации;
- 2) выявление мотивов, целей, способностей, особенностей характера, профессиональную компетентность участников конфликта;
- 3) изучение существовавших до конфликтной ситуации межличностных отношений участников конфликта;
- 4) определение истинной причины возникновения конфликта;
- 5) изучение намерений, представлений конфликтующих сторон о способах разрешения конфликта;
- 6) выявление отношений к конфликту лиц, не участвующих в конфликтной ситуации, но заинтересованных в его позитивном разрешении;
- 7) определение и применение способов разрешения конфликтной ситуации, которые были бы адекватны характеру ее причин, учитывали бы особенности лиц, вовлеченных в конфликт.

**Урегулирование** инновационного конфликта отличается от его разрешения тем, что в устранении противоречия между его сторонами принимает участие третья сторона.

Для наиболее эффективного разрешения или урегулирования инновационного конфликта специалисты предлагают несколько условий по устранению конфликтной ситуации:

1. Предложенные инновации должны действительно иметь конструктивный характер, обладать высоким потенциалом пригодности и эффективности;
2. Коллектив, который будет подвергнут последствиям введения инновации, должен быть хорошо проинформирован о нововведениях, необходимости их внедрения;
3. Для успешного внедрения нововведения необходимо заручиться поддержкой коллег, специалистов со стороны (незаинтересованных в исходе дела);
4. Если есть возможность, при крайне острой конфликтной ситуации следует предлагать альтернативные решения проблемы с учетом интересов обеих сторон конфликта;
5. Если позволяет время, новшество следует внедрять поэтапно, что возможно приведет даже к одобрению данного нововведения со стороны всех конфликтующих ранее.

Существуют и другие пути завершения инновационного конфликта. Это – затухание конфликта, его устранение, либо перерастание в другой конфликт. Однако, такие пути завершения инновационного конфликта, скорее носят деструктивный характер, то есть не позволяют сторонам конфликта подойти к единому мнению и сообща разрешить конфликт.

Подводя итог работы, можно утверждать, что существование инновационных организаций не возможно без возникновения конфликтов, так как инновации несут в себе изменения, которые по определению не могут быть приняты положительно всеми. Управляющий компанией должен понимать, что от своевременного урегулирования конфликтов зависит инновационная деятельность и в целом успешное будущее компании.

Управление конфликтом должно стать отдельной деятельностью по обеспечению развития конфликтного взаимодействия. При таком понимании конфликт становится естественным условием существования людей и превращается в инструмент развития организации.

#### **Список использованных источников**

1. Анцупов А.Я., Баклановский С.В. Конфликтология в схемах и комментариях – СПб.: Питер, 2009. – 304с.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1997. – 704 с.

*Лапытько А.А.  
студентка 3 курса факультета управления,  
Научный руководитель: Попова Т.Е.,  
магистр экономики и управления,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления,  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

#### **Гуманизация труда в условиях инновационного развития организации**

Кардинальные изменения в содержании и условиях труда привели к переориентации управленческой парадигмы с техники на человека, к формированию гуманистического подхода в управлении. Труд по своему содержанию в настоящее время становится все более интеллектуальным, а доля физического труда уменьшается. В дополнение ко всему изменяется и характер труда. Хотя и остается основным в трудовой деятельности принцип производительности, но в настоящее время приоритет отдается принципу качества. «Интеллектуальность» и «принцип качества» подразумевают новые формы управления и мотивации персонала.

Как ответ на изменения, произошедшие в обществе, формируются и приобретают признание концепции, рассматривающие процесс труда в широком социальном, психологическом и экономическом аспекте, в которых делается акцент на создании условий труда, направленных на удовлетворение определенных групп потребностей работников, как значимом факторе эффективности организаций [1].

Гуманизация труда сформировалась как концепция совершенствования управления трудовой деятельностью, которая предполагает более полное использование производственных резервов персонала организации. Она обеспечивается за счет создания адекватного и справедливого трудового вознаграждения, возможности профессионального и карьерного роста работников, комфортных и безопасных условий труда, а также участия работников в управлении организацией. Проблему оздоровления условий труда работающих подтверждают результаты комплексной гигиенической оценки условий труда, проведенной на промышленных предприятиях. В условиях, не отвечающих гигиеническим нормативам, трудится более 30% работающих [4 с. 15]. Поэтому социально-экономические условия, обеспечивающие гуманизацию труда и качество трудовой жизни, требуют кор-

ректировки со стороны государственных, местных органов управления и профсоюзов. Следует разработать комплекс оздоровительных мероприятий, нацеленных на повышение удовлетворенности трудом персонала организаций, включающих модернизацию технологических процессов и оборудования, улучшение санитарно-технического состояния производственных помещений, обеспечение эффективности, безопасности и комфортности рабочего процесса. Именно комфорт позволяет добиться не столько удобства, сколько увеличения коэффициента полезного действия сотрудника. Удобство офисной обстановки оказывает решающее влияние на работоспособность любого коллектива: неудобное рабочее место может вызвать быстрое утомление, а также вынуждает тратить время и энергию на лишние действия. Ряд этих мер направлен на повышение удовлетворенности трудом персонала организаций.

Социологические и экономические исследования, проведенные в Республике Беларусь и за рубежом, а также опыт нового подхода к управлению персоналом свидетельствуют, что весьма существенным фактором повышения производительности и качества труда в организациях являются такие социальные условия, которые, прежде всего, должны обеспечить достойные условия жизни и возможность самоактуализации работников в профессиональной деятельности.

Исследования влияния социальных условий организации на экономическую эффективность, проведенные в России в начале 1980-х гг. обнаружили, что при оценке влияния различных факторов на увеличение производительности труда на первом месте оказались социально-экономические и психологические факторы, на втором технико-технологические и на третьем организационные. При этом комплексное использование факторов, при приоритете социально-экономических, обеспечивает рост производительности труда, по меньшей мере, на 20% [3 с. 19].

Изученные данные подтверждают то, что социальные факторы оказывают влияние не только на производительность, но и на лояльность работников к организации. Создание комплекса благоприятных социальных условий увеличивает производительность и снижает потери от недобросовестного отношения к труду. При этом необходимо особо подчеркнуть, что удовлетворенность персонала социальными условиями влияет на то, что работники начинают отождествлять себя с предприятием, становятся его патриотами, что формирует и другой тип мотивации работника.

Поскольку труд является средством поддержания жизни и способом удовлетворения основных потребностей работника, организация часто рассматривается работником как объект, который может удовлетворить основные его потребности. Поэтому существует необходимость пересмотра подходов к формулированию стратегических задач организаций. В этом смысле должна измениться система планирования, а также организационная культура организации. При формировании стратегических задач необходимо исходить из того, что основное значение в современной организации имеет человек со своими потребностями, стимулирование которых является основанием производительности. Поэтому удовлетворение потребностей работника в организации это средство увеличения производительности. Но это средство становится целью в масштабах региона и страны в целом, так как само производство товаров и услуг инструмент удовлетворения потребностей человека [2].

Вместе с тем социально-экономические условия, обеспечивающие гуманизацию труда и качество трудовой жизни, требуют корректировки со стороны государственных, местных органов управления и профсоюзов, должны основываться на принципах социального партнерства, основные цели которого: содействие решению актуальных экономических и социальных проблем, укреплению демократии, сохранению социальной стабильности, достижению согласия между всеми сторонами в отношении важнейших характеристик экономической и социальной стабильности общества, что выходит за рамки непосредственно социально-трудовых отношений, в том числе и на уровне предприятий.

Разработка современной, адекватной условиям каждой страны, системы мероприятий по совершенствованию гуманизации труда и выработке показателей качества трудовой жизни позволит не только определить состояние отдельных социальных параметров, со-

поставить их с нормативными значениями, выявить угрозы, но и определить тенденцию их развития. Социальные параметры окажут влияние на формирование социальных стратегий по их первоочередному исправлению, а в соглашениях по социальному партнерству появится возможность устанавливать конкретные социальные показатели. А справедливость и безопасность условий труда в современном мире должна быть связана не только с соблюдением технических и медицинских норм безопасности труда, но и с созданием комфортных (в широком смысле) условий труда с учетом технических, медицинских, этических, психофизиологических и даже эстетических составляющих. Такое расширенное понимание в перспективе должно найти отражение и в трудовом законодательстве Республики Беларусь.

#### **Список использованных источников**

1. International labour organization [Electronic resource] – Mode of access: [http://www.ilo.org/inst/about-us/history/WCMS\\_192540/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/inst/about-us/history/WCMS_192540/lang--en/index.htm). – Date of access: 23.02.2014.
2. United Nations Development Programme [Electronic resource] – Mode of access: <http://www.undp.org> – Date of access: 29.12.2013.
3. Перфильева, М.Б. Гуманизация труда как условие эффективности деятельности организации. / М.Б. Перфильева // Известия Саратовского университета. – 2011. – №1. – с. 16 – 24.
4. Ракевич, А.В. Профилактика профессиональных заболеваний. / А.В. Ракевич // Охрана труда и социальная защита. – 2013. – №5. – с.12-19.

*Мошкарева А.А.  
магистрант 2 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия им. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

#### **Анализ финансового контроля на предприятии**

**Финансовый контроль** – один из наиболее распространенных методов руководства экономикой, который способствует повышению эффективности производства, соблюдению законности в распределении получаемых доходов, максимальной реализации социальных гарантий. Он неизбежен и необходим, поскольку в условиях товарно-денежных отношений финансовый контроль осуществляют все участники этих отношений. Финансовый контроль на предприятии осуществляет государство, партнеры по бизнесу, другие субъекты, которые вступают в финансовые отношения с предприятием.

**Цель финансового контроля на предприятии** – это получения достоверной информации о состоянии хозяйственной и финансовой деятельности на предприятии, выполнении им своих обязательств перед государством, финансовыми организациями и партнерами, эффективности использования бюджетных средств или средств инвесторов, позволяет выявить и предотвратить преступность и фальсификацию на предприятии. [1]

Исследованием методов финансового контроля постоянно занимаются ведущие отечественные и зарубежные экономисты. Основы финансового контроля заложены в работах Р. Адамса, Р. Доджа, Д. Робертсона, А. Файоля, Р. Фалмера.

Финансовый контроль обычно рассматривают в двух аспектах:

- 1) строго регламентированную деятельность специально созданных контролирующих органов за соблюдением финансового законодательства и финансовой дисциплины всех экономических субъектов;
- 2) неотъемлемый элемент управления финансами и денежными потоками на макро- и микроуровне с целью обеспечения целесообразности и эффективности финансовых операций.

Оба аспекта контроля взаимосвязаны, но различаются целями, методами, субъектами контроля. Если в первом случае преобладает правовая и количественная сторона контроля, то во втором – упор делается на аналитическую сторону финансового контроля.

Формы и методы проведения финансового контроля многообразны.

Формы контроля классифицируются по следующим критериям:

- *Регламент осуществления* – обязательный (внешний) и инициативный (внутренний).

- *Время проведения* – предварительный, текущий (оперативный) и последующий.

- *Субъекты контроля* – президентский, контроль законодательных органов власти и местного самоуправления, контроль исполнительных органов власти, контроль финансово-кредитных органов, внутрифирменный и аудиторский.

- *Объекты контроля* – бюджетный, контроль за внебюджетными фондами, налоговый, валютный, кредитный, страховой, инвестиционный и контроль за денежной массой. [3]

Различают следующие методы проведения контроля:

- проверки на основе отчетной документации и расходных документов рассматриваются отдельные вопросы финансовой деятельности и намечаются меры для устранения выявленных нарушений;

- обследования – в отличие от проверки охватывает более широкий спектр финансово-экономических показателей обследуемого экономического субъекта для определения его финансового состояния и возможных перспектив развития;

- надзор – производится контролирующими органами за экономическими субъектами, получившими лицензию на тот или иной вид финансовой деятельности, и предполагает соблюдение ими установленных правил и нормативов;

- анализ финансового состояния предполагает детальное изучение периодической или годовой финансово-бухгалтерской отчетности с целью общей оценки результатов финансовой деятельности и ликвидности, обеспеченности собственным капиталом и эффективности его использования;

- наблюдение (мониторинг) постоянный контроль со стороны кредитных организаций за использованием выданной ссуды и финансовым состоянием предприятия-клиента;

- ревизии – наиболее глубокий и всеобъемлющий метод финансового контроля. Это полное обследование финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта с целью проверки ее законности, правильности, целесообразности, эффективности. [2]

Организация системы контроля – это создание системы контроля в соответствии с заданными требованиями.

Важным условием реализации финансового контроля выступают финансовая информация бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности, а также обобщенные финансовые показатели, комплексно отражающие различные стороны хозяйственной деятельности.

Результатом финансового контроля являются документальные материалы (акты, отчеты, справки, заключения), которые отражают достоверность информации о финансово-хозяйственном состоянии объекта контроля, вскрытые в процессе контроля отклонения от принятых стандартов, нарушения установленных норм и правил.

Исследование проведения финансового контроля было проведено на предприятии ООО «АВТЭК». Работа службы контроля на предприятии организуется в соответствии с индивидуальными и календарными планами работ, которые утверждает руководитель предприятия. В компании он проводится не чаще, чем раз в год. Итоговым заключением подтверждается годовая бухгалтерская отчетность.

Контроль в компании осуществляется бухгалтерией и генеральным директором. Проверка производственной и хозяйственной деятельности организации в целом либо его отдельные структурные подразделения.

В компании за контроль отвечает сама организация в лице генерального директора. Ниже представлен состав службы аудита и свойственные её членам функциональные обязанности:

- 1) Руководитель службы (генеральный директор). Его функции:
  - составляет план-графика проверок;
  - определяет состав группы для проверки компании и документальное оформление результатов аудиторских процедур;
  - может взять на себя проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности;
  - проводит консультации по отдельным вопросам;
  - составляет общий отчет о проделанной службой внутреннего аудита работе.
- 2) Главный бухгалтер (является ключевым звеном в системе контроля на предприятии) который несет ответственность за:
  - формирование учетной политики;
  - ведение бухгалтерского учета;
  - своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской отчетности;
  - контроль за движением имущества и выполнением обязательств.

В целом, исследование показало, что система контроля в организации в данный момент находится на недостаточно высоком уровне и нуждается в повышении ее действенности. Наиболее распространенной формой осуществления контроля является создание или найм ревизионных комиссий, члены которых выполняют работу, связанную с фактическим контролем за сохранностью ценностей предприятия. Не секрет и то, что деятельность многих ревизионных комиссий носит формальный характер. Таким образом, задачи, выполняемые ревизионной комиссией, в большинстве случаев сводятся к проведению инвентаризаций и ведению необходимой документации. Не вызывает сомнения, что ревизионная комиссия не в состоянии в полной мере обеспечить действенный и эффективный контроль за всей деятельностью организации.

#### **Список использованных источников**

1. Артемьева С.С., Митрохин В.В., Чугунов В.И. и др. Финансы, денежное обращение, кредит: Учебник для вузов. М., 2008. С. 61.
2. Федорова Е.А. Контроль и ревизия: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 239 с.
3. Финансовое право / Отв. ред. Н.И. Химичева. – М.: Юристъ, 2008. 141 с.

*Хамицевич Ю.И.  
студентка 5 курса факультета управления  
Научный руководитель: Мармашова С.П., магистр экономики,  
ст. преподаватель кафедры международных отношений  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

#### **Характеристика мирового рынка калийных удобрений**

Мировой рынок калийных удобрений – один из наиболее консолидированных и остро конкурентных. Влияние мировой конъюнктуры на него очевидно. Как правило, данный рынок является стабильным, и все участники-производители действуют по определенной схеме, которая подразумевает поддержание высокой цены на каждую производимую тонну удобрений. Из сложившейся ситуации в июле 2013 года между ОАО «Беларуськалий» и ОАО «Уралкалий» можно сделать вывод, что «непредсказуемые» действия российской компании привели к нестабильности мирового рынка калийных удобрений. Снижение цен одним производителем приводит к вынужденному снижению и другими. Новая стратегия, выбранная российской компанией, направлена на увеличение объемов продаж и продажу по более низкой цене [3, с. 9]. Таким образом, будущий объем поставок (количество калийной руды, добытой из непосредственно запасов) будет зависеть от той цены, которую установит производитель.

По оценке Геологической службы США (USGS) разведанные мировые запасы калийных солей в пересчете на  $K_2O$  в настоящее время составляют 9,5 млрд тонн. Количество

месторождений, разработка которых экономически целесообразна, ограничено, распределены они крайне неравномерно.

Разведанные мировые запасы калия в основном сконцентрированы в Канаде (46,1 %), России (34,5 %), на третьем месте – Беларусь (7,9 %). Добычу калийных солей и производство калийных удобрений в настоящее время ведут 12 стран мира, в то время как потребляют их более 150 стран. Основные страны – производители хлористого калия – Канада, Россия и Беларусь [4]. В 2012 году около 81 % мирового производства хлористого калия по оценкам Геологической службы США пришлось на 5 стран – Канаду, Россию, Беларусь, Германию и Китай. Однако, сложившаяся в 2012 году негативная макроэкономическая ситуация в мире оказала отрицательное влияние на развитие рынка удобрений. Значительные складские запасы, которые скопились в основных странах потребителей калия (Китай, страны Юго-Восточной Азии, Бразилия), привели к снижению объемов импорта в эти регионы [1]. Согласно оценкам IFA (Fertilizer Outlook 2013-2017: 81st IFA Annual Conference, Chicago, May 2013) ожидается значительный рост производства за счет реализации проектов разработки зрелых месторождений. В 2013-2017 гг. прогнозируется ввод в эксплуатацию 30 новых производств. Мировые мощности по производству хлористого калия увеличатся с 45,4 млн тонн  $K_2O$  в 2012 году до 59,5 млн тонн  $K_2O$  в 2017 году. В результате мировой объем предложения калия к 2017 году вырастет до 50 млн тонн  $K_2O$  (на 25 % выше уровня 2012 года). Наибольшая часть прироста придется на Северную Америку, Восточную Европу и Среднюю Азию. При этом мировой спрос достигнет к 2017 году 37,4 млн тонн при среднегодовом росте 3 %. Если все запланированные проекты будут введены в срок, то к 2017 году возможно появление дисбаланса спроса и предложения на уровне 12 млн тонн, или 25 % от мировых поставок. Мировой баланс спроса и предложения отражен на рисунке 1.

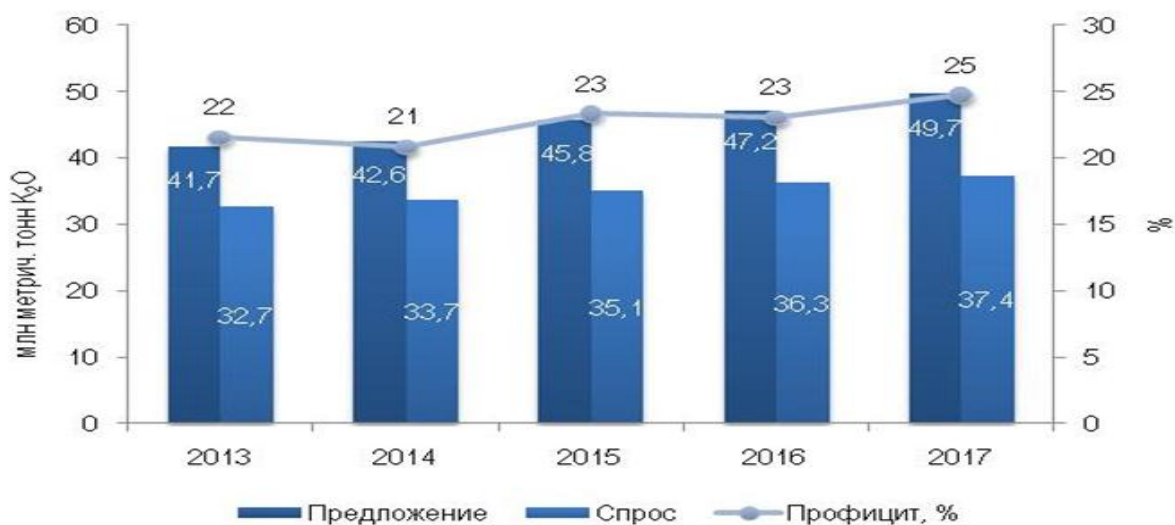


Рисунок 1 – Мировой баланс спроса и предложения [4]

Сложность на рынках Европы, которая связана с финансовыми и бюджетными опасениями, привела к упадку темпов покупательной активности. Запасы, возникшие на складах основных потребителей калийных удобрений: Китай, Бразилия, страны Юго-Восточной – привели к снижению объемов импорта в эти регионы. В 2012 году спрос на хлористый калий сократился на 10,5 % и достиг 51 млн тонн в натуральном выражении.

Следует также отметить, что данный процесс привел к снижению цен на хлорид калия. В частности, в Бразилии стоимость хлористого калия уменьшилась с 550-560 долларов (в январе 2012 г.) до 460-470 долларов, соответственно, за тонну CFR. В странах Юго-Восточной Азии продукция также подешевела с 535 долларов до 450-490 долларов за тонну CFR. В результате, стоимость хлорида калия при отгрузках из стран СНГ уменьшилась до 410-450 долларов и 430-450 долларов, соответственно, за тонну FOB стандартного и



гранулированного продукта. Хлористый калий при экспорте из Канады подешевел до 400-450 долларов (стандартный) и 440-480 долларов (гранулированный) за тонну FOB [2].

В начале 2013 года основные поставщики (Canpotex и БКК) договорились об отгрузках хлористого калия в Китай и Индию. При этом цены по сравнению с контрактами, заключенными в прошлый раз, снизились с 470 долларов и 470-490 долларов до 400 долларов и 427 долларов, соответственно, за тонну CFR.

После заключения соглашений на поставку хлорида калия в КНР и Индию его цена при отгрузках в Бразилию и страны Юго-Восточной Азии прекратила падение. Производители начали отгружать значительные объемы по контрактам, в результате чего запасы на складах сократились. Благодаря росту спроса в Бразилии и странах Юго-Восточной Азии поставщики подняли цены там до 440 долларов и 440-450 долларов, соответственно, за тонну CFR.

Таким образом, можно сделать вывод, что мировой рынок минеральных удобрений был относительно стабилен. Проявлялись лишь незначительные колебания объемов добычи калийной руды. До недавнего времени основной целью предприятий-производителей было увеличение цены за 1 тонну добытых удобрений. Действия ОАО «Уралкалий» вынудили изменить стратегию практически всех участников мирового рынка калийных удобрений. На данный момент существует политика наращивания объемов продаж.

Следует отметить, что вследствие увеличения численности мирового населения, роста объема пахотных земель, спроса на продукты питания будет расти и спрос на калийные удобрения. К 2017 году прогнозируется рост до 25%, что может служить стимулом для предприятий производить не только калийную руду, но и провести политику диверсификации.

Модернизация, применение новейших технологий в сфере маркетинга позволят наладить производство перспективных товаров и обеспечить их конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках.

Однако важным также является определение последовательности действий процесса модернизации. Первоначально следует наладить эффективную систему корпоративного управления, затем необходимо изучить спрос, перспективы выхода на рынки, возможности сбыта. Соответствующие действия процесса модернизации предприятий могут привести к повышению конкурентоспособности, как самих предприятий, так и всей отрасли. Например, стимулированию экспортной деятельности отечественных предприятий может способствовать постепенное устранение разницы между железнодорожными тарифами на перевозку экспортных грузов и тарифами перевозки внутриреспубликанских грузов.

Создание собственной товаропроводящей сети, установление новых контактов, увеличение объемов продаж – приоритетные направления развития ОАО «Беларуськалий».

Таким образом, посредством поиска новых рынков сбыта, усовершенствования автоматизированной системы управления предприятием, применения инструментов электронной торговли, технической базы можно добиться более высоких показателей экспорта удобрений. Практическое использование данных методов позволит осуществить модернизацию отрасли во всех направлениях, а также обеспечить конкурентоспособность предприятий, которые производят минеральные удобрения, в долгосрочной перспективе.

#### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт ОАО «Уралкалий» [Электронный ресурс]. 2013. – Режим доступа: <http://www.uralkali.com/ru/> – Дата доступа: 02.10.2013.
2. Производители пытаются «удержать цены» [Электронный ресурс]. 26.12.2012. – Режим доступа: [http://www.niuiif.ru/news/?sv\\_id=4](http://www.niuiif.ru/news/?sv_id=4) – Дата доступа: 02.10.2013.
3. Шишигин, М.И. Основы международного маркетинга, учебное пособие. / М.И. Шишигин. – М.: 2002. – 354с.
4. USGS: Mineral Commodity Summaries 2013 [Electronic resource] / U.S. Geological Survey, 2013. – Mode of access: <http://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/mcs/> – Date of access: 1.10.2013.

*Чернова А.А.  
магистрант 2 курса факультета экономики, финансов и коммерции  
Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,  
доцент каф. финансов, кредита и экономического анализа  
Пермская государственная сельскохозяйственная академия  
им. акад. Д.Н. Прянишникова  
(г. Пермь)*

### **Управление запасами на предприятии как фактор экономической эффективности работы предприятия**

Запасы представляют собой один из важнейших факторов обеспечения постоянства и непрерывности воспроизводства. Состояние и эффективность использования производственных запасов, как самой значительной части оборотного капитала – является одним из основных условий успешной деятельности предприятия. Различные кризисные явления вынуждают предприятия изменять свою политику по отношению к производственным запасам, искать новые эффективные источники их пополнения и использования. Поэтому для предприятия важны различные способы рационального расходования средств, одним из которых является определение оптимальной величины производственных запасов.

Материально-производственные запасы представляют важнейшую часть оборотных активов организации, необходимых для осуществления ее хозяйственной деятельности. Они, являясь предметами труда, вместе со средствами труда и рабочей силой обеспечивают производственный процесс, в котором используются однократно[1].

Объективная необходимость образования запасов связана с характером процессов производства и воспроизводства. Основной причиной образования запасов является несовпадение в пространстве и во времени производства и потребления материальных ресурсов.

Образование запасов связано также с необходимостью обеспечения непрерывности процесса производства на всех его стадиях. В процессе выполнения договоров поставки продукции и при ее транспортировке могут происходить отклонения от запланированных сроков и размеров партий поставки, а снабжение производства должно осуществляться регулярно. Поэтому от наличия и состояния запасов в первую очередь зависит ритмичная работа предприятия.

Сезонные колебания производства некоторых видов товаров приводят к тому, что предприятие создает запасы данной продукции, дабы избежать проблем в снабжении в неблагоприятные периоды. Скидки за покупку крупной партии товаров также могут стать причиной создания запасов.

Однако политика накопления материальных запасов ведет к значительному оттоку денежных средств предприятия из оборота. Зависимость эффективности производства от уровня и структуры запасов заключается в том, что предприятие несет определенные затраты на обеспечение сохранности запасов.

Выделяют следующие основные виды затрат, связанные с созданием и содержанием запасов: коммерческие затраты – это проценты за кредит; страхование; налоги на капитал, вложенный в запасы; затраты на хранение и содержание складов (амортизация, отопление, освещение, заработная плата персоналу и т.д.); операции по перемещению запасов; затраты, связанные с риском потерь вследствие: устаревания, порчи, продажи по сниженным ценам, замедления темпов потребления данного вида материальных ресурсов; потери, связанные с упущенной выгодой от использования вложенных в производственные запасы средств в другие альтернативные направления: увеличения производственной мощности; снижение себестоимости продукции; капиталовложения в другие предприятия.

Таким образом, при положительных моментах создания запасов предприятие несет значительные расходы по их формированию и содержанию. В связи с этим необходимо выяснить существует ли возможность функционирования предприятия в условиях отсутствия запасов, либо при их минимальной величине. Для этого рассмотрим западный опыт управления запасами.

Управление запасами заключается в решении двух основных задач: определение размера необходимого запаса, создание системы контроля за фактическим размером запаса и своевременным его пополнением в соответствии с установленной нормой.

При определении норм товарных запасов используют три группы методов: эвристические, методы технико-экономических расчетов и экономико-математические методы.

Эвристические методы предполагают использование опыта специалистов, которые изучают отчетность за предыдущий период, анализируют рынок и принимают решения о минимально необходимых запасах, основанные, в значительной степени, на субъективном понимании тенденций развития спроса.

Сущность метода технико-экономических расчетов заключается в разделении совокупного запаса в зависимости от целевого назначения на отдельные группы, например, номенклатурные позиции (или ассортиментные позиции в торговле). Далее для выделенных групп отдельно рассчитывается страховой, текущий и сезонные запасы, каждый из которых, в свою очередь, может быть разделен на некоторые элементы. Например, страховой запас на случай повышения спроса или нарушения сроков завоза материалов (товаров) от поставщиков[2].

На практике система контроля за состоянием запаса с фиксированным количеством заказа применяется преимущественно в случаях, когда возможны большие потери в результате отсутствия запаса; высоки издержки по хранению запасов; высокая стоимость заказываемого товара; высокая степень неопределенности спроса; наличие скидки с цены в зависимости от заказываемого количества[3].

После выбора системы пополнения запасов, необходимо определить количественную величину заказываемой партии, а также интервал времени, через который повторяется заказ. Оптимальные данные зависят от объема спроса (оборота); расходов по доставке товаров и хранению запаса.

Другим вариантом производных систем контроля уровня запасов является так называемая система «минимум-максимум». Система «максимум-минимум» ориентирована на ситуацию, когда затраты на учет запасов и издержки на оформление заказа настолько значительны, что становятся соизмеримы с потерями от дефицита запасов.

Сравнение рассмотренных систем управления запасами приводит к выводу о наличии у них взаимных недостатков и преимуществ. Основным параметром эффективности обеих систем управления запасами является количество сбоев в поставках, которые они могут выдержать без выхода в дефицитное состояние. Обе системы управления запасами для всех видов комплектующих выдерживают только один сбой в поставке. Если сбои в поставках будут систематически повторяться, то это приведет к невозможности непрерывного обслуживания потребителей и как следствие к финансовым потерям.

#### **Список использованных источников**

1. Семенихин В.В. Материалы. Бухгалтерский и налоговый учет / В.В. Семенихин. – М.: «ГроссМедиа», «РОСБУХ», 2010. – 196 с.
2. Чуев И.Н., Чечевицина Л.Н. Экономика предприятия, – М.: Дашков и К, 2008. – 415с.
3. Шукашов А.И., Модели планирования материальных ресурсов /Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №3.

## СЕКЦИЯ IV

### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

---

*Балеевских В.Г.  
студентка 5 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Ковалева Т.Ю., канд. экон. наук,  
доцент каф. мировой, региональной экономики и экономической теории  
Пермский государственный национальный исследовательский университет  
(г. Пермь)*

#### **Институциональные условия формирования капитала здоровья в России**

Сегодня проблема формирования капитала образования как структурного компонента человеческого капитала изучена не достаточно широко. Впервые о роли капитала здоровья как объекте инвестиций и факторе роста производительности труда заговорил Т. Шульц. Впоследствии данные взгляды были значительно расширены Г. Беккером. Впоследствии оба ученых стали лауреатами Нобелевской премии за развитие концепции человеческого капитала.

«Человеческий капитал благоприятно воздействует на производительность труда и на предпринимательские способности человека», – писал. Т. Шульц [6, с. 63]. Он утверждал, что в первую очередь капиталовложения в образование и в здравоохранение могут повысить качественный уровень населения [6, с. 60]. Теория человеческого капитала расценивает состояние здоровья любого человека как некий фонд, или капитал здоровья, часть начального запаса которого является унаследованной, а часть – приобретенной. Запас снашивается с течением времени, и темпы снашивания увеличиваются к концу жизни [6, с. 64]. Инвестиции в здоровье человека Г. Беккер определяет как одно из необходимых направлений инвестиций в человеческий капитал [1, с. 84].

На наш взгляд, для формирования и накопления капитала здоровья в России, в первую очередь, должна быть создана необходимая институциональная среда. Институциональную среду можно определить как набор институтов, который организует взаимоотношения между агентами. Как мы считаем, данная среда является базисом, без которого проблему накопления капитала здоровья решить невозможно. Несмотря на то, что здоровье нации, согласно многочисленным исследованиям, в первую очередь, зарубежным, является одной из важнейших ценностью и объектом необходимых инвестиций, в России инвестиции в капитал здоровья крайне низки [5, с. 114]. Невозможность применения системного подхода в решении данной задачи является следствием отсутствия определенных институциональных условий.

Институты – это «правила игры» в обществе, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми. Они задают структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия – будь то в политике, социальной сфере или экономике [4, с.17]. Институты придают определенную структуру человеческим отношениям. Неэффективная система (в нашем случае – накопление капитала здоровья) возникает оттого, что не определена структура взаимоотношений агентов в данной области. Кроме того, проблема возникает и потому, что в нашей стране социально-ориентированные отрасли, в т.ч. здравоохранение, образование достаточно медленно развиваются в условиях современного столь быстро меняющегося мира. В первую очередь, речь идет о значительном повышении значения сферы услуг в экономике развитых стран и развитии экономики знаний, в которой человеку отдается приоритетная роль. Безусловно, в России данные мировые тенденции должны быть отражены в увеличении значимости такой сферы жизни человека, как здравоохранение. Как писал Д. Норт:

«...устойчивость институтов ни в коей мере не противоречит тому факту, что они претерпевают изменения» [4, 21].

Первое направление на пути решения проблемы, на наш взгляд, является создание институциональной инфраструктуры, которая позволит организовать и определить взаимодействия и взаимоотношения субъектов. Здесь мы выделим следующие поднаправления.

Во-первых, требуется развитие институтов социального партнерства. К наиболее существенным таким институтам можно отнести трудовые контракты и профсоюзы [2, с. 7]. Что касается трудовых контрактов, то можно отметить, во-первых, малое число заключенных коллективных трудовых договоров, во-вторых, формальность трудовых договоров. На сегодняшний день деятельность профсоюзных организаций не оказывает должного влияния на работодателей [2, с. 8]. В такой ситуации работник для работодателя не является объектом инвестиций. В большинстве случаев инвестиции осуществляются лишь в капитал образования сотрудников. Инвестиции в капитал здоровья сотрудника фирмы рассматриваю как исключительно затраты, не приносящие выгоды. На наш взгляд, в большей степени сами фирмы заинтересованы в накоплении капитала здоровья сотрудников, т.к. выгоды от меньшего количества больничных, развития духовного здоровья получают именно сами работодатели.

В-вторых, как отмечают некоторые исследователи, накоплению капитала здоровья может способствовать повышение качества судебной системы. Это будет способствовать обеспечению эффективной государственной защиты контрактов. Также это может серьезно ограничить недобросовестную рекламу некачественных лекарств и преступную халатность врачей при исполнении своих обязанностей. К данному пункту можно отнести и эффективно работающую систему наказаний наркоторговцев и тех, кто продает некачественные алкогольные напитки [5, с. 131]. Кроме того, можно отметить и повышение ответственности за некачественные лекарственные препараты.

Второе направление воздействия на создание условий накопления капитала здоровья направлено на формирование понимания ценности здоровья и повышение заинтересованности в развитии капитала здоровья субъектов данного процесса. Здесь также выделим несколько поднаправлений.

Во-первых, необходимо создание институтов формирования и распространение неявного знания, направленного на сохранение и накопление капитала здоровья. Знание, не поддающееся формализации, или живое, опытное знание, рефлексорное или отрефлексированное есть знание неявное. Неявное знание в процессе воспроизводства капитала здоровья представляет собой знание, вырастающее из опыта отношения к здоровью совокупной культурно-территориальной общности, передается вместе с культурой от старшего поколения младшему, приобретает в обиходном общении посредством усвоения специфических ценностей отношения к здоровью. Это знание относится к культуре повседневности, представляя собой некие формы «живого опытного знания», ставшего интуитивной очевидностью или привычкой. Оно не поддается формализации, но в наибольшей мере определяет коренные мотивы деятельности экономических субъектов в отношении здоровья как инвестиционного ресурса [3, с. 23]. К такому роду институтам относятся институт самосохранительного поведения индивида, институт корпоративной социальной ответственности и институт социальной ответственности государства [3, с. 24].

Во-вторых, необходимо устранение неэффективных институтов, т.е. тех, которые не снижают трансакционные издержки в процессе взаимодействия экономических субъектов, а наоборот повышают. Таким образом, рынок в целом представляет собой смешение институтов: некоторые из них увеличивают эффективность, а некоторые – снижают [4, с. 94]. В данном случае мы имеем в виду рынок услуг здравоохранения. В общем виде трансакционные издержки можно определить как издержки эксплуатации экономической системы. Мы полагаем, что снижение издержек определенных институтов, связанных с созданием капитала здоровья, повысит заинтересованность самих индивидов в вложениях в собственный капитал здоровья. Как считает, Г. Беккер, «принимая решения об инвестици-

ях в человеческий капитал, человек соотносит выгоды и затраты» [1, с. 592]. Главным образом такими институтами являются те формальные нормы и правила, которые порождают излишнюю бюрократичность. Издержки времени, поиска информации при одновременно незначительных выгодах делают медицинские услуги невостребованы у индивида. Здесь можно сопоставить издержки времени на запись к врачу, необходимые формальные посещения врача и невысокое качество полученной медицинской услуги.

Таким образом, создание определенных нами институциональных условий позволит стать здоровью инвестиционным благом, что создаст возможность накопления капитала здоровья российской нации.

#### **Список использованных источников**

1. Беккер, Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / Г.С. Беккер. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 672 с.
2. Веретенникова, Н.В. Институты воспроизводства человеческого капитала на уровне российских фирм / Н.В. Веретенникова // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – № 1. – С. 5-14.
3. Мосейко, Е.Е. Институциональный подход к накоплению капитала здоровья / Е.Е. Мосейко // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 21-25.
4. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
5. Розмаинский, И. Почему капитал здоровья накапливается в развитых странах и «продается» в постсоветской России? (Опыт посткейнсианского анализа) / И. Розмаинский // Вопросы экономики. – 2011. – № 10. – С. 113-131.
6. Шульц, Т.У. Экономика пребывания в бедности / Т.У. Шульц // Управление мегаполисом. – 2009. – № 6. – С. 56-68.

*Винникова Е.А.  
студентка 4 курса факультета управления в экономических и социальных системах  
Научный руководитель: Шаронина Л.В., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры инженерной экономики  
Инженерно-Технологическая Академия Южный Федеральный Университет  
(г. Таганрог)*

#### **Конкурентоспособность российских предприятий черной металлургии на мировом рынке**

Металлургический комплекс является базовой отраслью и вносит существенный вклад в экономику России. Доля металлургической промышленности в ВВП России составляет около 5%, в промышленном производстве – около 18%, в экспорте – около 14% [7]. Успехи в развитии комплекса обусловлены, с одной стороны, общей политической стабильностью, проведенными структурными и институциональными реформами, с другой – исключительно благоприятной внешнеэкономической конъюнктурой. Цель работы – определить факторы конкурентоспособности предприятий отрасли черной металлургии на мировом рынке.

Анализ состояния отрасли черной металлургии достаточно сложный процесс, включающий в себя изучение ряда характеристик, в конечном счете, определяющих положение всей отрасли на мировом рынке. Рассматривая динамику развития металлургического производства за период 2005- 2011 гг, наблюдается положительная динамика ее развития.

Рынок металлургии является большим отраслевым рынком, поэтому привлекает корпорации, желающие приобрести компании с целью укрепления конкурентных позиций. *Общая сумма сделок по слияниям и поглощениям в российской металлургии в 2013 году выросла на 47%, до \$2036.2 млн. против \$1381.7 млн. в 2012 году, свидетельствуют дан-*

ные статистики ИА АК&М. Такой результат достигнут при незначительном росте числа сделок в отрасли – 12 транзакций против 11 годом ранее. Значительная доля объема рынка M&A в металлургии в 2013 году (43%) сформирована за счет продажи российскими компаниями своих предприятий в России и за рубежом, отмечают аналитики АК&М. Так, ОАО «Мечел» продал свои предприятия в Румынии, британскую Invicta Merchant Bar, ГОК «Восход» и Тихвинский ферросплавный завод, а группа Evraz – Evraz Highveld Steel and Vanadium в ЮАР. Серия продаж вызвана неблагоприятной конъюнктурой глобального металлургического рынка [1].

Консолидация для черной металлургии – необходимость. Малые и средние предприятия не могут быть конкурентоспособны на внешнем рынке. Предприятиям трудно привлечь серьезных инвесторов из-за крайне неудачного территориального расположения предприятий черной металлургии в России (удаленность от потребителей и сложность перевозок). На внутреннем рынке эти компании не могут конкурировать с крупными. Выход – союзы между предприятиями, у которых больше возможностей для интенсификации развития. В то же время государство должно поощрять укрупнения, но не допускать монополизацию, поскольку у монополии нет стимула повышать конкурентоспособность за счет повышения внутренней эффективности [3].

Конкурентоспособность увеличивается и за счет инвестирования. В настоящее время государственные инвестиции составляют немногим более 2 % ВВП. Поэтому основным источником для финансирования инвестиций в основной капитал для большинства предприятий выступают собственные источники. Вследствие финансового кризиса 2008-2009гг. обострилась проблема с привлечением иностранных инвестиций, в том числе и прямых [2]. Замедление темпов прироста иностранных инвестиций связано не только со снижением мировой инвестиционной активности, но и с тем, что в России нет прозрачности в бизнесе и существуют сложности процессов согласования инвестиционных проектов. По данным Всемирного экономического форума, Россия по инвестиционной привлекательности находится на 124-м месте из 133. Для привлечения иностранных инвестиций необходимы серьезные изменения не только в инвестиционном климате страны, но и на уровне предприятий (слабый уровень менеджмента по представлению инвесторам своих проектов).

Говоря о ценовой конкуренции, российские предприятия черной металлургии могут получать максимальную прибыль на основе создания для себя конкурентного преимущества, которое достигается путем предложения продукции по более низкой цене, чем у конкурентов, или продукции с более высокими потребительскими свойствами, например, повышающими коэффициент использования металла на обрабатывающих предприятиях. При первом подходе в основе максимизации прибыли лежит конкуренция издержек. Это значит, что производство и реализация металлопродукции должны обходиться предприятию дешевле, чем конкурентам. Опыт западных компаний показывает, что наибольший успех достигают те из них, которые опираются на стратегию низких издержек преимущественно за счёт накладных расходов, приходящихся на единицу продукции. В российских условиях кроме этих факторов необходимо учитывать фактор посредничества контор, которые не занимаются реальным оборотом, а с помощью документооборота и механизма наценок искусственно завышают издержки реализации.

Несмотря на высокие барьеры, защищающие позиции и прибыли металлургических предприятий к входу новых конкурентов, предприятия данной отрасли не всегда могут достойно конкурировать ввиду низкого технологического уровня; недостаточной концентрации, приводящей к узкому ассортименту.

В настоящее время определяющее значение для обеспечения экономической конкурентоспособности российской металлопродукции на мировых рынках имеют следующие основные факторы российской экономики: более низкий уровень заработной платы (на одного работающего), существенно меньшая стоимость энергоносителей, более низкие амортизационные отчисления, низкие экологические платежи. Эти факторы обуславлива-

ют ценовые конкурентные преимущества для металлопродукции российских компаний по сравнению с компаниями промышленно – развитых стран [5].

Для каждой отрасли существуют свои основные движущие силы, которые определены рядом факторов, способствующих успешному развитию на мировом рынке. Многозначимым фактором является проведение модернизации производства с целью повышения его ресурсоэффективности и освоения производства новой продукции с высокой добавленной стоимостью, в результате этого к 2011 году металлургическая отрасль полностью избавилась от энергозатратного мартеновского способа выплавки стали, перейдя на современные методы [8].

Что касается распределения товаров, огромную роль на пути к успеху играет быстрая доставка и собственная торговая сеть компании. Одно из конкурентных преимуществ металлургического направления ОАО «Мечел» – существенная доля на рынках продукции с высокой добавленной стоимостью, прежде всего спецсталей, нержавеющей проката и метизов, где по производству целого ряда продуктов компания занимает первое место в России. Это преимущество подкреплено уникальными технологиями, развивая которые можно существенно расширить продуктовую линейку и улучшить качество. Твердые позиции компании на рынке металлургической продукции обеспечены за счет наличия в группе собственной разветвленной сервисно-сбытовой сети [4].

Глобализация в металлургической отрасли является также немаловажным фактором: некоторые российские компании сумели воспользоваться кризисным снижением стоимости предприятий, чтобы купить активы за рубежом. В частности, ТМК купила компанию по сервисному обслуживанию трубной продукции в США, предприниматель Алибек Исаяев – 50% FerroChrome Furnaces в ЮАР, а структура российской группы «Ренова» стала крупнейшим акционером швейцарской Schmolz+Bickenbach. За счет трансграничных сделок российских компаний сформировано в истекшем году 48% рынка слияний и поглощений в металлургии. Основные мишени для поглощения со стороны российских инвесторов – производители спецсталей и ферросплавов, а также предприятия по выпуску труб и сервисные металлургические компании в США, Европе, на Ближнем Востоке [1].

В заключение хотелось бы отметить, что металлургическая отрасль России стремится улучшить свое положение на мировом рынке, повысить эффективность, увеличить ВВП, но у каждого государства, к сожалению, различные возможности для реализации этих целей. К ключевым факторам роста конкурентоспособности российской металлургии следует отнести: эффективность затрат; оптимизация использования всех имеющихся ресурсов (технических, финансовых, инвестиционных, кадровых, управленческих и т.д.); стремление к улучшению качества и свойств выпускаемой продукции, за счет применения наукоемких технологий и реализации инвестиционных программ технического перевооружения и реконструкции; наличие собственной разветвленной сервисно-сбытовой сети.

#### **Список использованных источников**

1. Анализ отраслей: черная и цветная металлургия (24.02.2014) – Режим доступа: <http://www.akm.ru/rus/analyt/analyt/metal.htm>
2. Исрафилов Н.Н. Инвестиционные источники инновационного развития // Экономика и управление, 2011. Т.1(74). Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/09/07/1267443206/44.pdf>
3. Магруппова З.М. Экономика металлургической отрасли. Учебное пособие. – Череповец: ЧГУ, 2005. – Режим доступа: <http://gendocs.ru/>
4. ОАО Мечел. – Режим доступа: <http://www.mechel.ru/sector/steel/>
5. Об утверждении стратегии развития металлургической промышленности РФ на период до 2015 года // Союз производителей нефтегазового оборудования. - Режим доступа: <http://www.derrick.ru/?f=n&id=11471>
6. Россия в цифрах. 2013: Крат.стат.сб./Росстат- М., 2013. – 573 с.



7. Стратегия развития металлургической промышленности России на период до 2020 года // Минпромторг России, 18.03.2009. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry/strategic/sectoral/13>

8. Экономика России // Рубрикатор.ru. – Режим доступа: <http://rubrikator.info/index>.

*Деменева Н.В.*  
*студентка 5 курса факультета менеджмента*  
*Научный руководитель: Останина Л.К., канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. экономики, финансов, учетов и налогообложения*  
*Западно-Уральский институт экономики и права*  
*(г. Пермь)*

### **Особенности и проблемы развития малого предпринимательства в Пермском крае (на примере предприятия «Мясной изыск»)**

В настоящее время в мировой экономике ключевым источником создания конкуренции на рынке, насыщения рынка необходимыми товарами, услугами и повышения уровня жизни населения является развитие малого предпринимательства. В то же время малое предпринимательство имеет ряд особенностей (например – относительно небольшой капитал сужает рамки производства), которые ведут к экономической неустойчивости таких предприятий. Следовательно, необходима разработка комплекса мер по поддержке предпринимательства, как в масштабах страны, так и на региональном уровне.

Рассмотрим развитие предпринимательства в Пермском крае – одном из экономически развитых регионов России.

Общее количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Пермском крае в 2010 году составило 127692 единицы, при этом число занятых увеличилось с 2008 года на 11%, составив в 2010 году 232 тыс. человек, или 16% экономически активного и 18% всего занятого населения. Оборот малых и средних предприятий в 2010 году в Пермском крае превысил 285 млрд. рублей, что составило 18,5% от общего оборота края. Поступления уплаченных налогов в консолидированный бюджет Пермского края составили в 2010 году почти 2,8 млрд. рублей, или 3,4% от объема всех налоговых и неналоговых поступлений в бюджеты Пермского края, в том числе в бюджет Пермского края – более 1,8 млрд. рублей (3,3%), в бюджеты муниципальных образований Пермского края – около 1 млрд. рублей (3,6%).

Не смотря на некоторую положительную тенденцию увеличения числа субъектов предпринимательства в регионе, сохраняется ряд проблем, сдерживающих их развитие: отсутствие должного уровня знаний, умений и навыков предпринимателей, а так же мотивации к созданию и развитию своего бизнеса у населения края; затруднен доступ субъектов малого предпринимательства к финансово-кредитным ресурсам; нехватка достоверной, своевременной информации о наличии свободных либо недостаточно развитых рыночных ниш и т.д.

С целью преодоления существующих преград в развитии предпринимательства в Пермском крае существует система его поддержки на региональном уровне, которая включает в себя:

**Совет по предпринимательству при губернаторе Пермского края** включает в себя 4 комитета: по конкуренции, по административным барьерам, по управлению качеством и рисками, по инновациям и инвестициям. Здесь разрабатывают предложения по устранению нарушений прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства, оказывают помощь в решении спорных вопросов и конфликтных ситуаций.

**Электронная торговая площадка Пермского края (Torgperm.ru)** создана по заказу Министерства. На данном интернет-ресурсе можно взаимодействовать с контрагентами и

потенциальными партнерами, заключать сделки между хозяйствующими субъектами в режиме реального времени.

**Кредитование:** ОАО «Пермский гарантийный фонд» предоставляет поручительства по кредитным обязательствам предпринимателей перед банками за счет бюджетных средств.

**Микрозаймы:** Цель состоит в обеспечении финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, имеющих ограниченный доступ к стандартным банковским кредитам в силу недостаточности обеспечения, отсутствия кредитной истории, на начальных стадиях развития, пополнение их оборотного капитала.

**Консультации специалистов:** ведется прием специалистами в любой области предпринимательской деятельности по вопросам выбора рыночных ниш, организации и поддержки предпринимателей в регионе.

**«Долгосрочная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2012-2014 годы»**, которая исполняется Министерством развития предпринимательства и торговли Пермского края. Основные задачи: создание мотивов организации своего дела у экономически активного населения, обеспечение доступности кредитно-финансового ресурса; модернизация существующей инфраструктуры поддержки предпринимательства; создание эффективной системы информационного обеспечения малого и среднего предпринимательства и т.д.[5]

По нашему мнению, программные мероприятия должны быть направлены не только на поддержание сложившегося уровня количественного воспроизводства малых и средних предприятий, но и на осуществление комплекса мер, связанных с повышением эффективности их деятельности, реализацией в полной мере предпринимательского ресурса.

**Рассмотрим предпринимательскую деятельность магазина «Мясной изыск», существующие у компании проблемы и дадим рекомендации по их устранению.** Магазин «Мясной изыск» относительно молодая организация, осуществляющая свою деятельность с апреля 2012 года – занимается розничной торговлей, в котором универсальным ассортиментом продаваемых товаров является мясные изделия собственного производства – охлажденное мясо курицы, свинина, говядина, баранина, широкий ассортимент рыбной продукции, а так же товары повседневного употребления: молочные продукты, хлебобулочные и кондитерские изделия, детское питание. По близости расположения магазина, существуют 3 точки розничной торговли. Проведем сравнение конкурентов магазина «Мясной изыск» (табл.1):

Таблица 1 – Сравнение конкурентов (по 10-ти бал.системе)

Наименование организации	Ассортимент	Поставщики		Расположение	Сумма баллов
		Пермский край	Другие регионы		
ИП Сорокина Н.В.	5	7	6	7	25
Магазин «Семейный»	4	7	4	6	21
ООО «Жемчужина», магазин «Центр»	6	3	5	8	22
«Мясной изыск»	8	3	4	9	24

*Сильной стороной* конкурентов является регулярная профессиональная реклама своих магазинов и своей продукции, а *слабая сторона* состоит в том, что ассортимент товаров в основном идентичен и «скуп» в выборе. По результатам сравнения выявлено, что итоговая сумма баллов магазина «Мясной изыск» ниже лишь ИП Сорокина Н.В., таким образом, можно утверждать, что магазин является конкурентоспособным. Тем не менее, на сегодняшний день существует несколько проблем, затрудняющих рост сбыта продукции, и повышение эффективности деятельности магазина. Рассмотрим их и дадим рекомендации по их устранению.

**1. Сбои в снабжении.** В своей деятельности использует товары, закупленные на оптовых базах республике Удмуртия, Свердловской области, что влияет на сроки поставки, так как сегодня уровень логистического сервиса в России низкий. Необходимо заключить долгосрочные договора с поставщиками г.Перми, Пермского края, согласно законодательству РФ. А так же разработать систему по средствам самовывоза, что сэкономит время на погрузо-разгрузочные работы и время на поиск подходящего транспорта.

**2. Лояльность покупателя.** В целях стимулирования сбыта предлагается ввести постоянно действующие скидки 5% – ветеранам труда, пенсионерам, инвалидам и 10% – ветеранам ВОВ, а так же проводить «акции» на избыточный товар. А так же временные скидки: *рождественская* – 10%, в период с 25.12. по 10.01. на весь товар; *к 23 февраля* – 5%, в период с 15.02. по 25.02.; *к 8 марта* – 5%, в период с 01.03. по 10.03.

**3. Недостатки в рекламной политике.** В настоящее, достоверная информация о деятельности магазина, в полном объеме не поступает потребителю, так как реклама не предусмотрена. Предлагается принимать участие в благотворительных акциях (взносы в благотворительные фонды, участие в других акциях в поддержку малоимущих слоев населения, больных детей, инвалидов, пенсионеров и др.). Так же необходимо рассмотреть возможность привлечения клиентов по средствам маркетинговой системы распространения информации (табл.2):

Таблица 2 – Смета на изготовление рекламной продукции

Наименование	Формат, см	Кол-во страниц	Ст-ть за ед., руб.	Кол-во экземпляров	Итого
Брошюра	20*10	16	13,65	250	3412,5
Буклет	15*12	20	14,65	250	3662,5
Визитка с логотипом фирмы	9*5	1	0,9	1000	900
Листовка, цвет. печать, бумага офсетная 80 г/м <sup>2</sup>	A4	1	1,4	1000	1400
Открытка – анкета	A3	1	1,7	500	850
Флаер, бумага мелованная 115 г/м <sup>2</sup>	A4	1	2,57	750	1927,5
Фирменные бланки	A4	1	0,87	2000	1740
<b>Итого:</b>				<b>5750</b>	<b>13892,5</b>

На наш взгляд, представленные мероприятия помогут улучшить организацию торговой деятельности в магазине «Мясной изыск» и будут стимулировать повышение потребительского спроса.

В заключении хочется отметить, что предприниматель-собственник, – центральная фигура в гражданском и торговом обороте, он – главное действующее лицо рынка, гарант стабильности гражданского общества. Поэтому первоочередной задачей правительства должен стать переход от программ «поддержки» к разработке и введению в действие программ развития малого бизнеса – как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов Федерации.

#### Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ, Часть1, Статья 2.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Собрание законодательства РФ, 2009г.
3. Закон Пермского края от 26.02.2009 № 392-ПК «О развитии малого и среднего предпринимательства в Пермском крае».

4. Бляхман Л., «Предпринимательство в России», переизд. «Экономика и организация», Санкт-Петербург, 2011г.

5. Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края [Электронный ресурс] URL: [minpromtorg/permkrai.ru/section/show/6](http://minpromtorg/permkrai.ru/section/show/6) (дата обращения 17.02.2014).

*Каменских М.А.  
аспирант 1 года гуманитарного факультета  
Научный руководитель: Перский Ю.К. д-р экон. наук, профессор,  
профессор каф. менеджмента и маркетинга  
Пермский национальный исследовательский политехнический университет  
(г. Пермь)*

### **Оценка уровня развития креативной экономики США и России**

Впервые понятие «креативная экономика» появилось в журнале Business Week в статье под названием «Креативная экономика» от 28 августа 2000 года. Конференция ООН по торговле и развитию дает следующее определение креативной экономики. Креативная экономика – это развивающееся понятие, основой такой экономики становятся креативные активы, за счет которых происходит экономический рост и развитие [4]. Также креативная экономика способствует формированию доходов, созданию рабочих мест и доходам от экспорта, способствуя социальной адаптации, культурному многообразию и развитию человека. Она охватывает экономические, культурные и социальные аспекты, также включая в себя технологическое развитие и вопросы интеллектуальной собственности. Именно креативная экономика призывает к развитию инновационных междисциплинарных стратегических проектов. В настоящее время экономическое развитие все больше зависит от усиления взаимосвязей между развитием инноваций в области технологии и креативной по содержанию активности.

Средством производства в креативной экономике становятся интеллектуальные ресурсы, активом – способность субъектов решать проблемы нестандартными методами [6, с.209].

Уровень развития креативной экономики возможно оценить по предложенным Р. Флоридой показателям [7]. Среди них инвестиции в креативность, рост креативной производительности и рост креативной рабочей силы. Рассмотрим, как развивается креативная экономика в России и США и сравним полученные результаты.

Под инвестициями в креативность понимаются внутренние затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, под ростом креативной производительности – тенденции в выдаче патентов, под ростом креативной рабочей силы – число ученых-исследователей и инженеров.

Исходя из рис. 1,2, можно сделать следующие выводы. В России преобладает государственное финансирование креативности в форме затрат на научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу (НИОКР), при этом доля инвестиций бюджетов разных уровней в креативность возрастает с течением лет. В то же время доля собственных средств научных организаций растет, а доля средств предпринимательских организаций снижается, так же, как и прочее финансирование (рис. 3, 4).

Что касается доли затрат на НИОКР в процентах в ВВП, то этот показатель последовательно растет, начиная с 1990-х, но в последние 3 года наблюдается снижение значений данного показателя. В целом, наблюдается рост финансирования. Инвестиции в НИОКР выросли с 1,05% от ВВП в 2000 году, до 1,16% в 2011 году [5].



Рисунок 1 – Структура внутренних затрат на НИОКР в РФ в 2000 году

\* Составлено автором на основании данных Федеральной службы государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/>

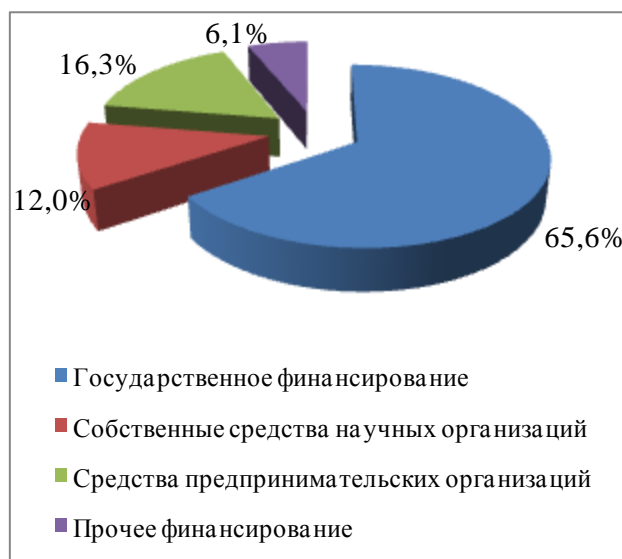


Рисунок 2 – Структура внутренних затрат на НИОКР в РФ в 2011 году

\*\* Составлено автором на основании данных Федеральной службы государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/>



Рис. 3 – Структура внутренних затрат на НИОКР в США в 1995 году

\*\*\*Составлено автором на основании данных National Science Foundation URL: [http://www.nsf.gov/statistics/nsf08318/content.cfm?pub\\_id=3924&id=2](http://www.nsf.gov/statistics/nsf08318/content.cfm?pub_id=3924&id=2)



Рис. 4 – Структура внутренних затрат на НИОКР в США в 2007 году

\*\*\*\*Составлено автором на основании данных National Science Foundation URL: [http://www.nsf.gov/statistics/nsf08318/content.cfm?pub\\_id=3924&id=2](http://www.nsf.gov/statistics/nsf08318/content.cfm?pub_id=3924&id=2)

Таким образом, разница в финансировании НИОКР России и США очевидна. В России в креативность инвестирует, в основном, государство и его доля только растет. В США инвестируют в креативность организации и их доля также увеличивается.

Практическую отдачу от исследований можно увидеть, проанализировав рост креативной производительности. Количество патентов, ежегодно выдаваемых в России и США, отражено на рисунке 5.

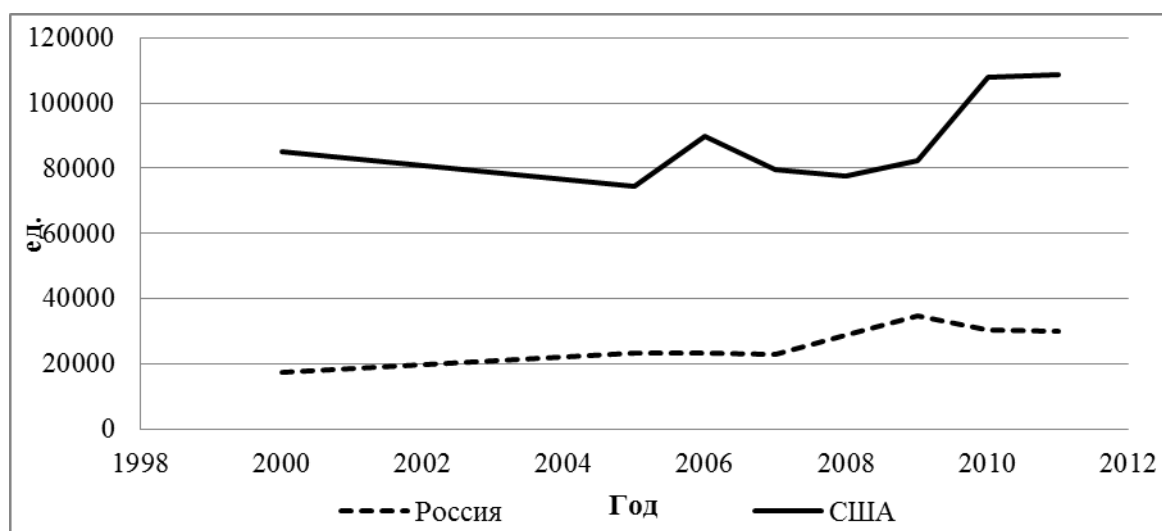


Рисунок 5 – Тенденции в выдаче патентов в РФ и США в 2000-2011 гг

\*\*\*\*\*Составлено автором на основании данных Федеральной службы государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/> и A patent technology monitoring team report. URL: [http://www.uspto.gov/web/offices/ac/ido/oeip/taf/all\\_tech.pdf](http://www.uspto.gov/web/offices/ac/ido/oeip/taf/all_tech.pdf)

За период с 2000 по 2011 гг количество выдаваемых патентов возросло в России на 50%, в США на 30%. При этом по количеству выдаваемых патентов Россия отстает от США. В нашей стране преобладают национальные патенты и мало международных.

Число профессионалов, занятых креативной технической работой (инженеры, ученые), в США также имеет тенденцию к росту. В России данный показатель снижается год от года (рис. 6).

Рост креативной рабочей силы становится еще более очевиден на фоне общей статистики США. В 1999 году на каждые 100 000 человек в США приходилось всего 1800 ученых и инженеров. Эта цифра увеличилась до 2300 к 2010 [3].

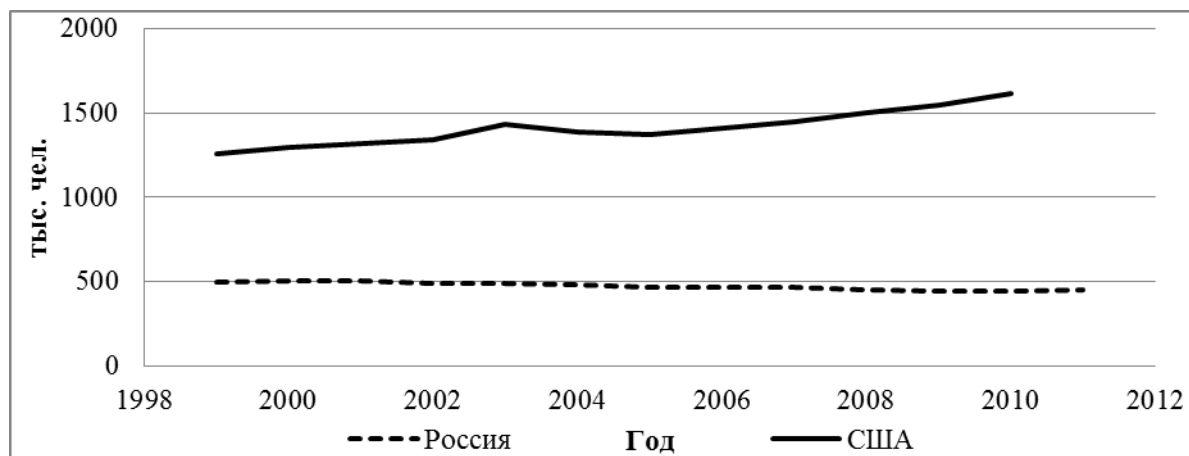


Рисунок 6 – Число ученых и инженеров в РФ и США в 2000-2011 гг

\*\*\*\*\*Составлено автором на основании данных Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) URL: <http://stats.oecd.org/>

В целом можно говорить о том, что уровень креативной экономики в США очень высок и такая экономика в США будет развиваться и дальше. В нашей стране все не так однозначно. Остро стоит вопрос о рациональности государственного финансирования креативности, а неактивности предприятий в этой области, о нестабильности уровня научных

исследований и снижении числа исследователей и инженеров. Россия явно отстает от США по уровню развития креативной экономики.

Таким образом, тенденции в общемировой практике позволяют сделать вывод о том, что креативная экономика получит развитие во многих странах мира вследствие того, что креативность или творчество играют все большую роль в экономическом развитии.

#### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт National Science Foundation. – Режим доступа: [http://www.nsf.gov/statistics/nsf08318/content.cfm?pub\\_id=3924&id=2](http://www.nsf.gov/statistics/nsf08318/content.cfm?pub_id=3924&id=2)
2. Официальный сайт Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). – Режим доступа: <http://stats.oecd.org/>
3. Официальный сайт U.S. Bureau of Labor Statistics. – Режим доступа: <http://stats.bls.gov/>
4. Официальный сайт Конференции ООН по торговле и развитию (UNCTAD). – Режим доступа: <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
6. Суворова А.В. Концептуальные аспекты измерения креативности в экономике российских регионов // Журнал экономической теории. 2011. №3. С. 208-211.
7. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика-XXI, 2007. – 421 с.
8. A patent technology monitoring team report. – Режим доступа: [http://www.uspto.gov/web/offices/ac/ido/oeip/taf/all\\_tech.pdf](http://www.uspto.gov/web/offices/ac/ido/oeip/taf/all_tech.pdf)

*Карисова К.Р.*

*студентка 4 курса факультета информатики и экономики*

*Научный руководитель: Глунов В.Б., канд. экон. наук, доцент*

*Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Оптимальная валютная зона в РФ: миф или реальность?**

Валютный рынок – это одна из главных составляющих мировой экономики. Глобальная интеграция привела к несомненному преобладающему использованию нескольких ведущих мировых валют, а, главным образом, доллара. Такое распределение явилось результатом того, что по итогам Бреттон-Вудской конференции доллар стал универсальной мерой стоимости всех остальных валют, закрепленный золотом. Это упрочило позиции доллара и даже отмена обратимости доллара в золото в 1971 году не смогла поколебать лидирующее положение США и их национальной валюты. Данная расстановка ведет к явному улучшению позиций единичных государств, а все остальные страны остаются далеко от лидирующих позиций. К числу последних стран относится и Россия, так как валюта РФ не является международной, она представляет собой внутреннюю валюту.

Исследуя данную проблему, проанализируем работы американского экономиста, Нобелевского лауреата по экономике 1999 года Роберта Александра Манделла и постараемся перенести его взгляды на российскую действительность. В своих трудах он как раз таки рассматривал проблемы в области мировой денежной системы и валютных отношений.

Основной упор Манделл сделал на теорию оптимальных валютных зон. По утверждениям Манделла: «Оптимальная валютная зона – это регион, в пределах которого могут быть установлены обменные курсы валют с сохранением их котировок к валютам стран других регионов, а при условии уменьшения издержек может быть использована единая валюта»[1]. Он считает, что оптимальная валютная зона имеет много преимуществ, среди которых ликвидация трансакционных издержек и повышение эффективности денег при

выполнении ими функций средства обращения и единицы измерения. Одним из явных примеров является США. Помимо США, в своей основе несет признаки оптимальной валютной зоны и Евросоюз. Их единой валютой является евро, которая была введена в 1998 году, и ее разработчиком был Р.А. Манделл.

Данная теория, несомненно, всколыхнула все научное экономическое сообщество, так как новаторской идеей здесь является то, что Манделл не предлагает создать всем государствам равные условия, а предлагает создать регион, в котором можно использовать определенную валюту с наименьшими издержками.

Возможно ли существование оптимальной валютной зоны в РФ? Для ответа на данный вопрос нам нужно рассмотреть критерии оптимальной валютной зоны. По Манделлу, экономическим содержанием критерия является то, что, если товарные цены недостаточно гибки, то устранение макроэкономического дисбаланса может произойти через изменения на рынке факторов производства, прежде всего перетока трудовых ресурсов из депрессивных отраслей (стран) экономики в отрасли (страны), испытывающие подъем. Следовательно, на значения этого критерия нужно влияет уровень мобильности трудовых ресурсов. Уровень территориальной мобильности трудовых ресурсов в РФ не высок и недостаточен для организации на территории РФ оптимальной валютной зоны.

Следующим критерием может послужить наличие на территории страны

политической воли. У стран Западной Европы такая воля была. В 1950 г. они заключили соглашение о Европейском платежном союзе, в 1957 г. был подписан Римский договор о создании Европейского экономического сообщества (Общего рынка), а заключенный в 1991 г. Маастрихтский договор дал начало Европейскому Союзу[2]. За полвека страны ЕС проделали в области валютно-финансового сотрудничества многотрудный путь от замкнутых неконвертируемых национальных денежных единиц к единой валюте, способной оспорить на мировых рынках позиции доллара. Что касается Российской Федерации и стран СНГ, то политическая воля к объединению здесь присутствует однозначно. Это проявляется в действиях как правительства, так и бизнеса, в первую очередь, в лице бирж. Активно идет взаимодействие России с Казахстаном и Белоруссией. С данными государствами подписаны различные экономические соглашения.

Мобильность факторов производства (товаров, услуг, капиталов и рабочей силы) между странами тоже является одним из критериев. В странах Западной Европы правительства уделяли особое внимание поддержанию высокой динамики взаимного торгово-экономического сотрудничества, проводя политику либерализации торговых отношений, создавая благоприятные условия для перелива капиталов и взаимовыгодного передвижения рабочей силы. Однако до сих пор из-за языковых барьеров мобильность рабочей силы в странах ЕС остается невысокой.

В странах СНГ фактор языка, наоборот, имеет ярко выраженное положительное действие: пока что на русском говорит значительная часть населения Содружества и подавляющее большинство лиц с высоким уровнем образования. Активно этому содействуют мероприятия, проводимые в русле формирования «Таможенного союза в рамках Евразийского экономического сообщества». Они способствуют устранению и снижению барьеров на пути движения товаров и услуг, предусматривают единую таможенную территорию, в пределах которой во взаимной торговле товарами не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер[2].

Следующий критерий – активное использование национальных валют в обслуживании взаимных торгово-экономических связей и наличие развитых ликвидных валютных рынков. В странах СНГ ситуация по этому фактору складывается не самым благоприятным образом: взаимная торговля обслуживается преимущественно в свободно конвертируемых иностранных валютах, главным образом в долларах США[2].



Следует отметить еще один критерий – обеспечение долговременной стабильности курсов национальных валют по отношению друг к другу, в том числе с помощью механизмов ограничения взаимных колебаний курсов.

Странам СНГ предстоит найти способы, которые позволят минимизировать колебания соотношения курсов их национальных валют.

Единое валютное пространство существенно отличается от валютного союза с единой валютой. По сравнению с валютным союзом, единое валютное пространство обладает значительно большей гибкостью, его легче создать и оно требует меньших предварительных условий. Во-первых, в рамках единого валютного пространства одновременно действует несколько сильных валютных центров, которые координируют свою деятельность. Во-вторых, в рамках единого валютного пространства создаются совместные механизмы и программы, направленные на преодоление кризисных явлений и общие для стран, входящих в такое пространство. Здесь будет использован накопившийся национальный и мировой опыт своевременного проведения антикризисных мероприятий. Благодаря этому государства-участники получают возможность сообща противостоять финансовым кризисам, вызванным внешними причинами. В-третьих, внутри единого валютного пространства происходит сближение систем торговли валютой (при существовании нескольких центров торговли, деятельность которых постоянно координируется), что позволяет значительно улучшить условия для развития взаимной торговли[2].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что РФ на данном этапе развития еще не готова к возникновению на своей территории оптимальной валютной зоны. Но в скором будущем в России в странах СНГ есть большая вероятность того, что создадутся все условия и предпосылки для появления оптимальной валютной зоны.

#### **Список использованных источников**

1. Robert Alexander Mundell A Theory of Optimum Currency Areas / Robert Alexander Mundell //American Economic Review. – 1961. – № 51– С. 657-665.

2. Захаров, А. В.О концепции единого валютного пространства стран СНГ / А.В. Захаров. – М.: Моск. межбанк. валютная биржа, 2001. – 45 с.

*Коньшина Н.Н.  
студентка 3 курса факультета информатики и экономики  
Научный руководитель: Маркевич И.В., канд. экон. наук, доцент каф. экономики  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Анализ финансового поведения работающего населения**

Финансовое поведение населения является одним из важнейших факторов, определяющих успешность экономического развития страны и благосостояние самих граждан.

Финансовое поведение граждан в Советском Союзе на протяжении многих десятилетий было достаточно очевидным и легко предсказуемым. Имевшая место в стране ситуация товарного дефицита не позволяла населению в полной мере реализовывать свои потребности в товарах и услугах. Кредитная система также была недостаточно развита. Следствием всего этого являлся недостаток финансового опыта у основной массы граждан.

Ситуация резко изменилась в 1990-х годах с началом в России экономических реформ. У россиян появилась возможность свободно покупать и продавать иностранную валюту, ценные бумаги, вкладывать деньги в коммерческие банки, возникли новые формы собственности. Стали наблюдаться более глубокие отличия в финансовом поведении различных социальных групп, жителей разных регионов страны, работников предприятий разных форм собственности [2, с. 117].

Главная характеристика современного экономического человека заключается в максимизации целевой функции. Это свойство, которое можно назвать экономической рациональностью, заслуживает специального рассмотрения [1, с. 27].

Стребков Д. выделяет шесть типов финансового поведения, на основе статистических данных 2002 года: вынужденные потребители (15%), активные сберегатели (21), осторожные сберегатели (13%), осторожные заемщики (11%), активные заемщики (18%), активные потребители (13%).

Между выделенными группами наблюдаются существенные различия в ответах на вопросы о материальном положении семьи и ожидании изменения уровня благосостояния в будущем [3, с. 120-122].

Исследование Стребкова Д. и других отечественных авторов приводят к выводу о том, что бережливость, забота о завтрашнем дне появляется у людей независимо от величины их дохода, и во много зависит от ценностных установок и ориентации.

В процессе дальнейшего изучения финансового поведения населения (в режиме апробации) в ноябре 2013 года нами было проведено анкетирование работающего населения г. Перми. Целью анкетирования является выявление особенностей поведения, связанных с распоряжением финансовыми средствами, работающего населения, его зависимость от формы собственности предприятия.

В анкетировании приняли участие 20 человек, из которых 8 – мужского пола и 12 – женского. В возрасте от 19 до 30 лет – 12 человек, от 31 до 45 лет – 4 человека, от 46 до 63 – 4 человека. Десять человек – работники Муниципального Автономного Образовательного Учреждения Дополнительного Образования Детей Центр Детского Творчества «Шанс» (МАУДОД ЦДТ «Шанс») г. Перми – представители государственного предприятия и десять человек – ООО Компания «Норман» г. Перми.

По уровню доходов на государственном и частном предприятии работники распределились следующим образом: 5 – 10 тыс. руб. получают 20% работников государственной организации и 10% работников частной; по 10% в каждой организации имеют доход 10 – 15 тыс. руб.; 50% работников частной организации имеют доход 15 – 20 тыс. руб., в государственной – 70%. Тридцать процентов работников частной организации имеют доход более 20 тыс. руб., в государственной организации таковых нет. Видно, что среди ответов и в государственной, и в частной организации большинство сотрудников имеет доход в 10 – 15 тыс. руб., однако в целом можно судить, что в частной организации доходы работников выше, чем в государственной, что соответствует общероссийской тенденции.

При этом работников, планирующих свои расходы, оказалось больше в негосударственном секторе (90% против 70% в государственном). Примечательно, что в обеих организациях большинство респондентов планирует свой бюджет.

Непопулярным среди опрошенных оказалось вложение денег с целью получения прибыли – лишь 10% от общего количества респондентов. Вероятно, это связано с нестабильностью российской экономики и недоверием граждан к указанному источнику доходов. При этом у большинства работающих (70%), независимо от формы собственности, имеется возможность накапливать денежные средства, однако, в подтверждение недоверия граждан к экономической системе, 62% имеющих накопления, предпочитают хранить их дома, а не на банковском счете.

Кредиты оказались достаточно популярными среди работников: по 60% работников в каждой организации когда-либо использовали такую возможность. В обеих организациях кредиты брались на электронные приборы и личные нужды, однако работники государственной организации, в отличие от частной, также брали кредиты на машину, квартиру и отдых. Можно предположить, что работники государственной организации берут крупные кредиты, поскольку более уверены в стабильности своей занятости.

Работники государственных организаций также в большей степени интересуются новостями экономики (70% против 30%, работающих в частной компании). Это может быть связано с тем, что последние непосредственно зависят от работодателя, собственника предприятия, для работников же государственных предприятий связь с государством, изменениями в экономической жизни страны более тесная, ведь они зависят от государ-

ственного бюджета. Среди источников информации были названы телевидение и интернет.

Следующим этапом нашего исследования стало выделение типов финансового поведения по степени активности. Для выделения типов использовались следующие основания: способность планировать свой бюджет, пользование кредитами, интерес к новостям экономики.

Первый тип – активное работающее население, характеризуется способностью планировать свой бюджет, использованием возможностей современной экономики, в данном случае кредитами, интересуется новостями экономики (35% от общего числа опрошенных).

Второй тип – адаптированное работающее население. Это такой тип людей, которые адаптировались к экономической ситуации – они планируют свой бюджет, пользуются возможностями экономики, но не интересуются изменениями в ней, они знают, что повлиять на это никак не смогут, их задача – адаптироваться (20%).

Третий тип – пассивное работающее население. Оно не планирует свой бюджет, не пользуется возможностями экономики, не интересуется экономическими новостями, «плывет по течению», можно сказать, что такие граждане не приспособлены к рыночной экономике (10%).

Такое распределение граждан по типам финансового поведения можно назвать благоприятным, поскольку большинство относится к активному типу, что говорит о хорошей приспособленности населения к рынку, тогда как неприспособленных всего 10%.

Как показал анализ полученных данных, работники государственного сектора более уверены в стабильности своей занятости, чаще берут крупные кредиты, более заинтересованы новостями экономики, так как зависят от государственного бюджета, тогда как работники частного сектора имеют более высокий доход и предпочитают его планировать.

С целью оптимизации финансового поведения граждан нами были разработаны следующие рекомендации.

1. Важным и эффективным способом оптимизации финансового поведения является планирование своего бюджета.

2. Предпочтительно расширение и рациональное использование сбережений. Для преумножения денежных средств нужно хранить их не дома, а стараться открывать вклады в банке, инвестировать в ценные бумаги, открывать обезличенные металлические счета. При совершении различных экономических операций следует советоваться со специалистами.

3. Желательно участие в программах, проводимых общественными институтами, по доведению до различных социальных групп знаний в области финансовых отношений.

4. При принятии решений в процессе распределения доходов необходимо учитывать, как можно максимально удовлетворить свои потребности с минимальными затратами.

5. Следует следить за новостями экономики и принимать финансовые решения в соответствии со сложившейся экономической ситуацией.

6. Для улучшения своего финансового положения следует принимать оптимальные решения. Для этого перед совершением экономических операций следует тщательно анализировать имеющуюся информацию, после чего принимать решение. Не полагаться на общественное мнение, а самостоятельно делать выводы, учитывая ситуацию, сложившуюся в экономике.

#### **Список использованных источников**

1. Автономов В.С. Модель человека в экономической теории и других социальных науках. – М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 1998. – 71 с.

2. Ковалев, В.В. Финансы предприятий / В.В. Ковалев. – М.: ТК Вебли, Изд-во Проспект, 2004. – 352 с.

3. Стребков, Д.О. Основные типы и факторы кредитного поведения населения в современной России / Д.О. Стребков // Вопросы экономики. – 2004. – № 2. – С. 109-128.

*Кутарова И.А., Храмова А.К.*  
*студентки 4 курса факультета экономики и менеджмента*  
*Научный руководитель: Колесникова У.В.,*  
*ст. преподаватель каф. экономики*  
*Муромский институт (филиал)*  
*Владимирского государственного университета им. А.Г. и Н.Г. Столетовых*  
*(г. Муром)*

### **Перспективы развития платного высшего образования в России**

Условия для поступления в высшие учебные заведения, оплата высшего образования выступают в последние годы предметом острых обсуждений, как в средствах массовой информации, так и в самих вузах, научных кругах и в органах государственной власти. Основной темой дискуссий является изучение соотношений государственного и частного финансирования высшего образования, а также возможность получения высшего образования за бюджетные средства. Различия в возможностях получения высшего образования для людей разных социальных групп оказывают определяющее воздействие на характер экономического и социального развития общества.

Появление платного образования в нашей стране было инициировано сокращением бюджетного финансирования высшего образования, однако потребность в его практическом применении возникла не только у вузов, но и у самих абитуриентов.

Отличительной особенностью платного высшего образования является осуществление регулярных денежных выплат вузу согласно заключенному между учебным заведением и студентом договору. В договоре указываются порядок и сроки внесения оплаты, способ её индексации, порядок извещения студента об изменениях стоимости. Общие правила оказания образовательных услуг регламентирует государство. Источниками финансирования образования студента могут быть его личные средства, средства его родителей, заёмные средства кредитных организаций, места работы.

Студенты бюджетной формы обучения и внебюджетной получают одинаковый объем качественных образовательных услуг.

Для вузов внебюджетное финансирование это, по сути, средство выживания в современных рыночных условиях. Абитуриентам получение платного образования является актуальным, поскольку:

- платная форма обучения позволяет легче поступить в высшее учебное заведение;
- многие хотят попасть на престижные специальности, но понимают, что не смогут пройти конкурсный отбор ввиду отсутствия либо хороших знаний, либо достаточного количества бюджетных мест;
- по мнению некоторых абитуриентов, поступив на платное место, можно одновременно работать и учиться.

В ходе работы было проведено сравнительное исследование стоимости оплаты обучения в ведущих странах мира. В таблице 1 приведена годовая стоимость оплаты обучения студентов направления «Бакалавр экономики» в 2012 – 2013 учебном году.

Таблица 1 – Оценка вузов по уровню оплаты стоимости высшего образования по направлению «Бакалавр экономики» [1]

Наименование вуза	Рейтинг вуза	Название программы	Стоимость, £	Город
Cambridge University	2	BA Economics	13,011	Кембридж
LSE	10	BSc Economics	15,768	Лондон
King's College London	12	BA/BSc Politics of the International Economy	14,000	Лондон
Bristol University	16	BSc Economics	16,750	Бристоль
St Andrews University	85	BSc Economics	14,450	Шотландия
Southampton University	46	BSc Economics	11,600	Саутгемптон

Продолжение таблицы 1

Наименование вуза	Рейтинг вуза	Название программы	Стоимость, £	Город
University of Reading	68	BSc Economics	11,440	Рединг
University of Essex	91	BSc Economics	10,950	Колчестер
МГУ/ф-т Экономики	119	Бакалавр экономики	5,760	Москва
РЭШ	Нет	Бакалавр экономики	7,200	Москва
Высшая школа экономики/ф-т экономики	Нет	Бакалавр экономики	7,200	Москва
Финансовая Академия	Нет	Бакалавр экономики	6,240	Москва
МГИМО/ ф-т международных экономических отношений	Нет	Бакалавр экономики	5,560	Москва
РУДН/ф-т Экономики	Нет	Бакалавр экономики	3,700	Москва

Представленные в таблице 1 данные позволяют сделать следующие выводы.

Самые дорогие университеты находятся в США и Великобритании. Данные страны занимают одни из самых высоких позиций в международных рейтингах вузов, однако высокая стоимость обучения в университетах этих стран оправдана престижем, который привлекает в них студентов со всех стран мира. Следует отметить, что в США и Великобритании образование уже давно стало коммерческим видом деятельности, а казна государств получает немалые доходы от продажи образовательных услуг.

Европейские страны, к числу которых можно отнести Францию, Швейцарию, Германию выбрали немного другую стратегию. Неблагоприятная демографическая ситуация, высокий уровень жизни и социальная защищенность не способствуют формированию у местной молодежи стремления к получению платного образования. Университеты сохраняют низкую стоимость обучения, привлекая тем самым студентов в основном из других стран, часть из которых в последующем остаются там работать.

Россия выбрала путь коммерциализации образования. В настоящее время, несмотря на то, что российское высшее образование лишь пытается подтянуться к западным стандартам, и отечественные вузы практически не фигурируют в международных рейтингах, стоимость обучения в университетах России выше, чем в Европе. Известные российские вузы (МГУ, МГИМО) за год обучения бакалавра берут 200000 – 375000 руб.

Таким образом, с целью привлечения абитуриентов российским вузам целесообразно снизить уровень оплаты обучения до среднего по Европе. Однако также следует отметить, что спрос на получение платного образования в России достаточно высок и по таким ценам.

#### Список использованных источников

1. Сравнение стоимости программ первого высшего образования в Великобритании и России: Бакалавр экономики [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.educationindex.ru/article\\_fees-comparison-uk-russia-undergraduate-economics.aspx](http://www.educationindex.ru/article_fees-comparison-uk-russia-undergraduate-economics.aspx).

*Макарова О.В.*  
*студентка 6 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Чепурных М.Е., канд. экон. наук, доцент,*  
*зав. каф. экономической теории и мировой экономики*  
*Западно-Уральский институт экономики и права*  
*(г. Пермь)*

### **Социально ориентированные некоммерческие организации в Пермском крае: проблемы и пути развития**

Под некоммерческими организациями понимается широкий круг организаций, различающихся между собой целями, задачами, видами деятельности, целевыми группами, результатами и другими параметрами. Их всех объединяет то, что они не преследуют цели получения прибыли, являются самоуправляющимися и независимыми от органов власти, а участие граждан в их деятельности всегда является добровольным.

Согласно Федеральному закону № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций» от 05.04.2010 социально-ориентированными НКО (далее СО НКО) могут быть признаны некоммерческие организации в форме: общественного объединения; религиозной организации (объединения); общины коренных малочисленных народов Российской Федерации; казачьего общества; некоммерческих партнерств; учреждений; автономных некоммерческих организаций; социальных, благотворительных и иных фондов; ассоциаций и союзов, за исключением: государственной корпорации, государственной компании, общественное объединение в виде политической партии [4].

По данным реестра зарегистрированных некоммерческих организаций Министерства юстиции РФ на территории города Перми зарегистрировано более 2160 организаций. По данным российских исследований и оценкам экспертов доля реально действующих СО НКО от общего числа зарегистрированных составляет не более 38% [3].

Ведущее место занимают организации, деятельность которых направлена на оказание социальной помощи различным группам населения в виде юридических консультаций, психологической и педагогической помощи, реабилитации, выявления и разрешения проблем старшего поколения. Имеются положительные примеры деятельности СО НКО в сферах здравоохранения и профилактики здорового образа жизни, молодежном движении, просвещении и воспитании подростков, а также экологические, экспертные и другие СО НКО, которые производят не частные, а общие блага.

При наличии в Пермском крае значительных человеческих ресурсов и достаточно большого количества организаций социальной сферы, накопивших определенный опыт управления этими ресурсами, дальнейшее развитие сферы СО НКО требует решения определенного спектра проблем:

1. Отсутствие четкой региональной политики в отношении социально-ориентированных НКО. В действующей в Пермском крае программе поддержки социально-ориентированных НКО недостаточно четко сформулированы критерии, по которым оценивается эффективность и успешность деятельности некоммерческих организаций. Сама программа ориентирована на поддержку процесса их деятельности, а не на ее результат.

2. Оценка эффективности СО НКО. Нередко предпринимаются попытки применения для НКО критериев эффективности, используемых обычно для коммерческих организаций, но с некоторыми поправками. В этом случае в качестве основного критерия успешности принимается количество привлекаемых средств и объемы создаваемого общественного или частного блага. С другой стороны эффективность может подразумевать определенное соотношение качества оказываемых услуг и затраченных на это ресурсов. Однако в силу специфики работы и того обстоятельства, что рыночные факторы не вполне дей-

ствуют на СО НКО, количественные показатели деятельности могут быть мало связаны с качеством услуг.

3. Недостаток и нестабильность источников финансирования деятельности. На сегодняшний день для большинства общественных организаций единственным постоянным источником существования являются членские взносы, половина общественных организаций существуют только на частные пожертвования, спонсорские средства, иногда получаемые гранты в рамках конкурсных процедур или субсидии. Большая часть общественных организаций в силу отсутствия навыков современных управленческих технологий не осуществляет хозяйственной деятельности. В итоге, у них нет средств ни на ресурсное развитие, обновление оборудования, компьютеров, программ обеспечения, канцелярские товары, бумагу, ни на аренду помещений и коммунальных расходов.

4. Неэффективная постановка целей и задач в реализуемых проектах. При разработке своих проектов СО НКО Пермского края ставят целью удовлетворение той или иной потребности своих целевых групп, однако далеко не всегда можно понять, действительно ли заявленная потребность имеет место быть, и каково место выделенной потребности среди других потребностей той или иной целевой группы. Также создаваемый проект зачастую лишен обоснования в части планирования конкретного результата, эффективности и альтернативных вариантов использования запрашиваемых ресурсов. Таким образом, реализация проекта превращается в самодовлеющую деятельность, итогом которой является расход ресурсов и практическая невозможность оценки степени удовлетворения потребности и/или качества созданного социального блага.

5. Отсутствие совместной реализации социальных проектов между социально-ориентированными НКО. Такое положение дел обусловлено тем, что каждая НКО стремится занять свою нишу в рамках конкретной территории (регион, поселение, район) и конкретного вида деятельности. Получается, что СО НКО конкурируют друг с другом за ресурсы и потому в условиях ограниченности последних предпочитают избегать соприкосновения в ходе реализации своих проектов за исключением тех случаев, когда одна организация может выступить источником ресурсов для другой организации.

6. Невозможность осуществления долгосрочных программ в социальной сфере. Долгосрочный проект предполагает, что между его началом и получением результата пройдет срок, превышающий один календарный год. При этом именно долгосрочные проекты могут иметь наибольшую эффективность в решении социальных проблем по сравнению с другими типами проектной деятельности.

В Пермском крае СО НКО в абсолютном большинстве случаев реализуют разовые, либо краткосрочные (до 1 года) проекты. Механизмов субсидирования долгосрочных проектов фактически нет, а их создание неизбежно потребует и наличия механизмов промежуточного контроля эффективности и целесообразности расходования средств.

7. Нереспектабельность (незначительность социального и символического капитала). Общественные организации, выполняя огромную социальную работу, не умеют донести до населения, бизнеса и органов власти информацию о результатах своей деятельности. Результатом низкой информированности о работе НКО, отсутствия их в «поле зрения» граждан являются недоверие к НКО, трудности с привлечением ресурсов, сужение сети сторонников и волонтеров, малочисленность сильных и компетентных лидеров и слабая позиция на рынке услуг.

Для решения данных проблем необходимым является создание условий для внедрения социальных моделей и технологий поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций с целью эффективного использования их возможностей в решении задач социально-экономического и общественного развития края.

1. Прежде всего некоммерческий сектор нуждается в эффективной системе коммуникации. Она должна охватывать а) индивидов, б) индивидов и их группу, в) индивидов и чуждые группы, г) различные группы друг с другом, д) всех перечисленных с НКО, а также е) всех перечисленных ранее с органами государственной власти и представляющими

их организациями. В этой системе СО НКО могли бы выполнять не только роль производителя услуг, но также роль посредника между всеми перечисленными участниками [4];

2. Важной целью развития некоммерческого сектора является повышение его общей эффективности за счет укрупнения организаций, слияния и отмирания нежизнеспособных, а также необходимо выделить критерии оценки эффективности некоммерческих проектов;

3. Поддержка некоммерческого сектора может и должна заключаться не только в субсидировании и иной помощи организациям, но и не в меньшей степени должна способствовать готовности населения к потреблению благ, производимых НКО или их активному отрицанию;

4. Совершенствование нормативно-правовой базы и проведение исследовательских работ в сфере деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций Пермского края;

5. Формирование эффективных механизмов предоставления финансовой и имущественной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям [2];

6. Обеспечение условий увеличения объемов, расширения ассортимента и повышения качества услуг, предоставляемых социально ориентированными некоммерческими организациями, включая расширение масштабов инновационных проектов в социальной сфере;

7. Расширение масштабов предоставления информационной, образовательной и консультационной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям, благотворительной деятельности и добровольчеству;

8. Обеспечение условий для повышения авторитета работы в некоммерческом секторе и создания новых рабочих мест, расширения добровольческого участия граждан в деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций и увеличение благотворительных пожертвований частных лиц и организаций.

В результате реализации предложенных мер СО НКО будут способны решать проблемы, на решение которых недостаточно ресурсов государства и бизнеса; станут лидерами социальной реформы, включаясь в реализацию социальной политики, смогут предлагать действенные пути решения актуальных общественных проблем.

#### **Список использованных источников**

1. Закон Пермского края от 7 марта 2013 г. N 174-ПК «О государственной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций в Пермском крае»

2. Концепция краевой целевой долгосрочной программы «Государственная поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций Пермского края на 2012-2014 годы»

3. Кочева О.Н. Состояние и перспективы развития некоммерческого сектора Перми. Аналитическая записка. – Пермь: Центр гражданского анализа и независимых исследований, 2012. – 32с.

4. Проблемы эффективности и пути развития социально-ориентированных НКО в Пермском крае. – Пермь: НИУ Высшая школа экономики, 2012. – 81с.



*Плюснин Я.И.*  
*студент 4 курса факультета экономики, финансов и коммерции*  
*Научный руководитель: Светлая Е.А.,*  
*канд. экон. наук., доцент, доцент каф. финансов*  
*Пермская сельскохозяйственная академия им. акад. Д.Н. Прянишникова*  
*(г. Пермь)*

### **Тенденции в области производства и потребления биотоплива в современных условиях**

В наше время, когда природных энергетических ресурсов становится все меньше, а потребность в них увеличивается с каждым годом, мир вступает в эру биоэкономики – экономики, основанной на биотехнологиях, использующей возобновляемое сырье для производства энергии и материалов. Эти источники энергии заменяют нефть, газ и уголь. Благодаря своим экологическим свойствам сокращается выброс углекислого газа в атмосферу и биотопливо становится товаром большого спроса, что приводит к росту его производства.

Различают жидкое, твердое и газообразное биотопливо. Под жидким биотопливом понимается различные спирты, которые применяются для двигателей внутреннего сгорания. К этому виду биотоплива относятся этанол, метанол, биодизель. Газообразное биотопливо производится из отходов растительного и животного происхождения, может быть очищен до качества природного газа. Один из распространенных видов биотоплива – это твердое, которое применяется издревле человечеством. К такому виду относятся дрова. В наше время чаще используется топливо из древесных отходов в виде прессованных изделий. К этим прессованным изделиям относятся топливные гранулы и брикеты. Древесные топливные гранулы – это спрессованные частицы растительного происхождения называются так же пеллеты, они имеют форму цилиндрических или сферических гранул. Основные плюсы пеллет:

- 1) это экологическое чистое топливо с содержанием золы менее 3 %;
- 2) не содержит так же пыль и споры, что не вызывает аллергическую реакцию;
- 3) гранулы отличаются от обычной древесины высокой сухостью (влажность всего 8-12%, а влажность сырых дров – 30–50 %);
- 4) большая плотность, чем у дров, которая повышает период горения. Это качество обеспечивают высокую теплотворную способность по сравнению со щепой или дровами – при сгорании тонны гранул выделяется приблизительно 3,5 тысяч кВт·ч тепла, что в полтора раза больше, чем у обычных дров.

Основные минусы использования пеллет:

- 1) что бы добиться высокой сухости, нужно использовать различное оборудование, что увеличивает себестоимость производства;
- 2) пожароопасность производства;
- 3) для эффективного использования топливных пеллет требуется особый вид печи – пеллетный котёл.

Древесные брикеты – это альтернативное твёрдое топливо, производимое из отходов необработанной древесины, например, из стружки. Органическая масса прессуется при высоком давлении, не употребляя никаких химических материалов. Это топливо намного эффективнее чем простые дрова, поэтому отопление дома будет менее затратным. Брикеты используются в каминах, в барбекю, а также как твёрдое топливо в котлах отопления жилых и промышленных помещений.

Для производителей производство твердой биотопливной продукции является прибыльным. Средняя стоимость оборудования для производства твердого биотоплива составляет 2 млн. руб. Средняя производительность – 1 тонна в час. Стоимость 1 тонны древесных брикетов – 5 тыс. 700 рублей. В месяц производится 160 тонн. Данный вид бизнеса окупится меньше чем через 3 месяца.

Посмотрим динамику мирового производства биотоплива с 1990 до прогнозируемого 2030 года. Информация представлена на рисунке 1 по всем видам биотоплива, по четырем континентам.

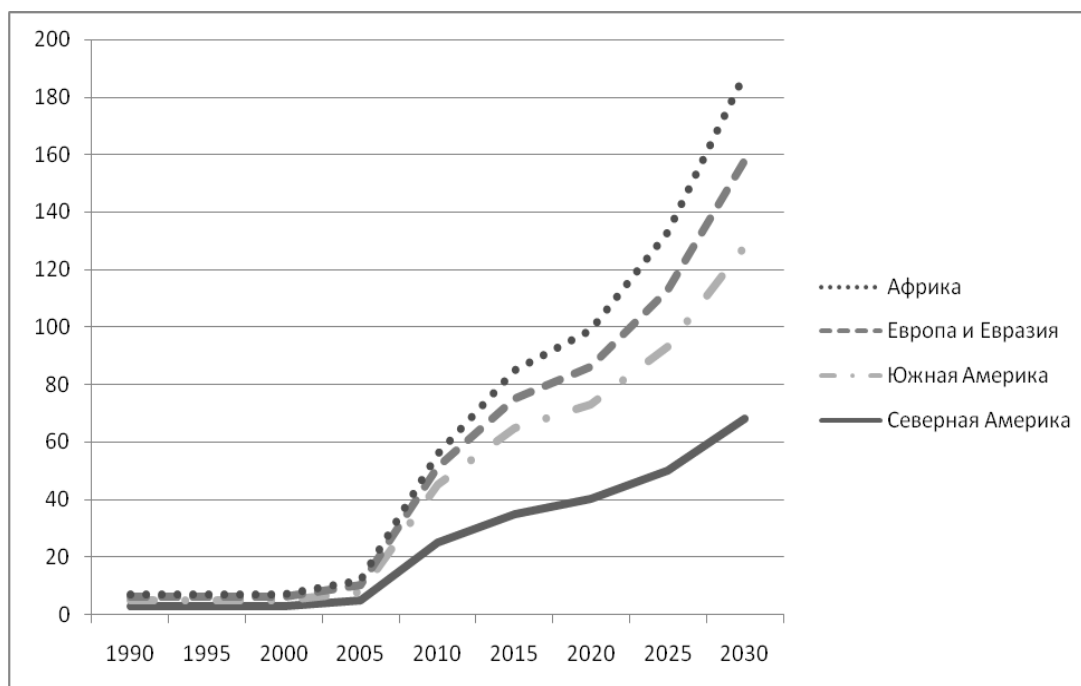


Рисунок 1 – Динамика мирового производства биотоплива [2].

В мировой практике объемы производства и потребления биотоплива увеличились за последние 20 лет с 7 млн. тонн нефтяного эквивалента (тнэ) в 1990 году до 60 млн. тнэ. в 2012 году. По некоторым оценкам, к 2030 году этот показатель может достичь 188 млн. тнэ.

Мировое потребление энергоресурсов за этот же период, по оценкам Международного энергетического агентства (МЭА), увеличилось в целом в полтора раза. По прогнозам МЭА, мировой спрос на энергоресурсы возрастет на 65-70% к 2030 г. Удовлетворит возрастающий спрос на энергоносители за счет природных источников, представляется маловероятным и затратным. Поэтому при поиске альтернативных источников все большее внимание уделяется биотопливу. Около 90% производственных мощностей биотоплива приходится на США, Бразилию и на страны Европейского союза. Основные экспортеры, импортеры и направления мировой торговли биотопливом представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Основные направления мировой торговли биотопливом.

Как видно из рисунка, Россия является производителем пеллетов и это закономерно, потому что Россия располагает огромными запасами биомассы лесов и растений – 24% от мировых запасов. Биомасса лесопромышленного комплекса страны образована отходами лесосек, деревообрабатывающих комплексов (опилом, обрезью, корой) и неделовой древесиной. До недавнего времени производство пеллет в России велось на мелкомасштабных производствах в основном для целей снабжения пеллетами частных заказчиков – домохозяйств и предприятий.

В 2012 году мощности по производству пеллет в России составляли 2 млн. тонн в год, выпуск пеллет из древесины и лузги по различным оценкам – от 700 тыс. до 1 млн. тонн в год, большая часть которых экспортировалась в Европу. Основные производители пеллет представлены на рисунке 3.

Среди более чем 100 существующих заводов большинство – это мелкие предприятия, но выделяются также заводы-гиганты: ОАО «Выборгская целлюлоза» с производством 1 млн. т в год, красноярский «ДОК Енисей» и архангельский «Лесозавод 25» с производством 100 тыс. т в год, а также завод «Талион Терра» мощностью 80 тыс. т в год в Торжке.

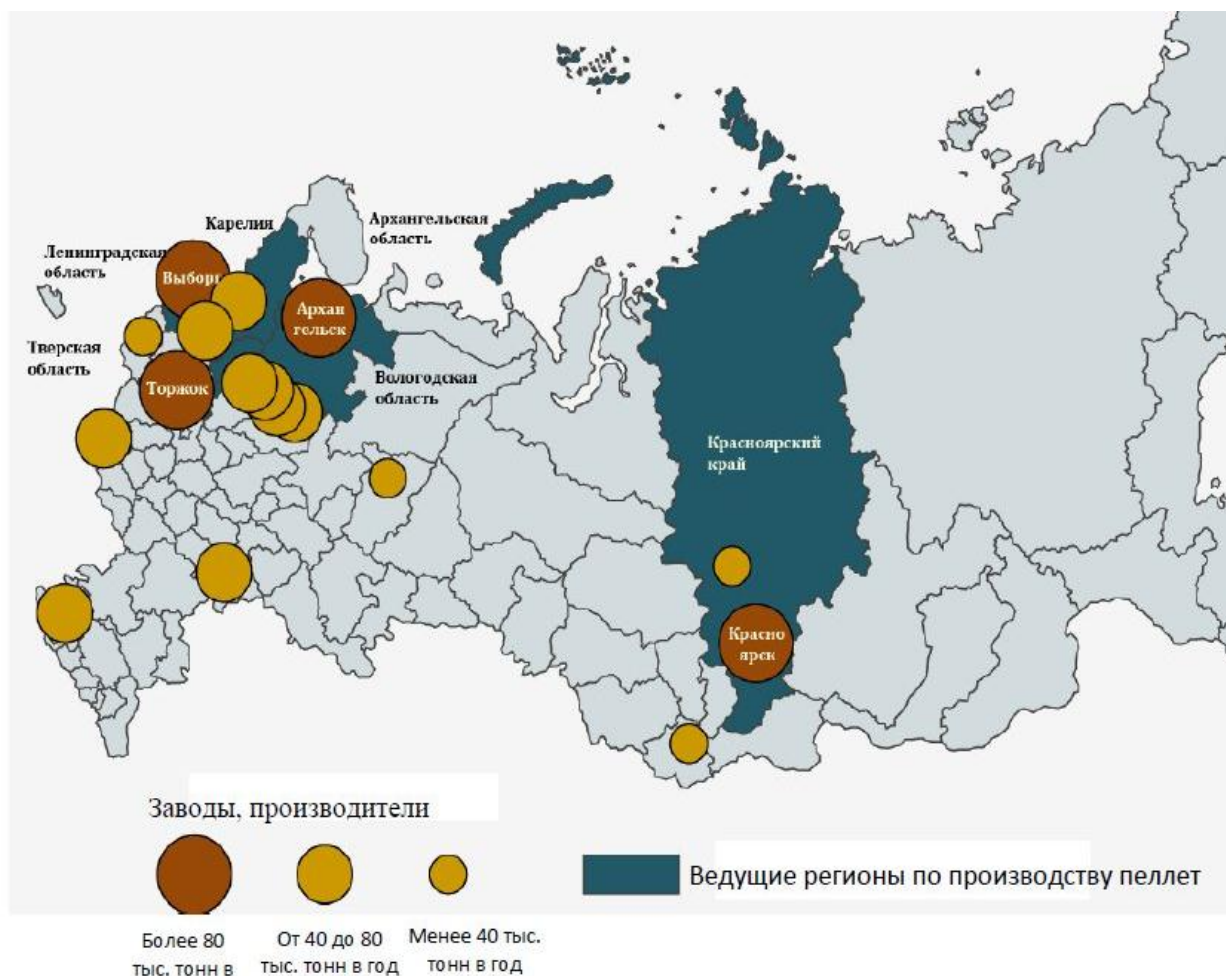


Рисунок 3 – Производство топливных гранул в России.

Производство и использование биотоплива в качестве источника энергии решает сразу несколько сопутствующих проблем, существующих в России на данный момент:

1. Проблема низкой плотности покрытия газовых и электрических распределительных Сетей. По данным сельскохозяйственной переписи, сегодня только 37% крупных и средних сельхозпроизводителей имеют доступ к газораспределительным сетям и 20% к сетям теплоснабжения. В некоторых регионах эти цифры ещё ниже. Программа газификации (вероятность выполнения которой снижается по мере сокращения инвестиционной про-

граммы «Газпрома») может увеличить первый показатель до 47% процентов и не влияет на второй.

2. Проблема утилизации отходов агропромышленного сектора. Количество отходов агропромышленного комплекса России сегодня достигает 600 млн. т в год (225 млн. т сухого вещества), причём большая часть этих отходов не утилизируется. Это приводит к проблемам окисления почв, отчуждению сельскохозяйственных земель (более 2 млн. га сельскохозяйственных земель заняты под хранение навоза), загрязнению грунтовых вод и выбросам в атмосферу метана – парникового газа. Переработка отходов АПК в биогаз и удобрения решает эту проблему.

3. Низкая интенсивность отечественного сельского хозяйства. Российский показатель внесения удобрений в почву (50-60 кг на га в год) отличается от показателей стран с наиболее развитым сельским хозяйством на порядок (например, Нидерландов – 600 кг/га в год). Это один из факторов обуславливающих низкую конкурентоспособность российской сельскохозяйственной продукции. Биогазовая энергетика – источник дешевых, экологически чистых органических удобрений, сопоставимых по органической ценности с комплексными удобрениями. Потенциал производства таких удобрений в России составляет 600 млн. т.[4]

4. Экологические платежи и введение системы государственной поддержки. В рамках разрабатываемой Министерством энергетики РФ системы государственной поддержки развития возобновляемой энергетики предполагается введение надбавки к цене оптового рынка электроэнергии для производителей электроэнергии из биогаза в размере 1,83 руб. за кВтч. и компенсация технологического присоединения к электросетям. Эта система в будущем может стимулировать развитие сетевой генерации, продажи произведенной из биогаза электроэнергии на оптовом и розничном рынке. Кроме этого биогазовые технологии – эффективный способ утилизации выбросов и отходов, следовательно, и сокращения экологических штрафов и платежей.

#### **Список использованных источников**

1. Доклад ОЭСР – ФАО. – Париж, 2011.
2. ЕвроХим Альтернативные виды топлива [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ar.eurochem.ru/ar/2011/ru/addressing-issues-that-matter>
3. Доклад Продовольственной и сельскохозяйственной Организации Объединенных наций (ФАО). – Рим, 2008.
4. Biogas Energy совместно с партнером «LANDCO/Агробиотех» Биогазовая энергетика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biogas-energy.ru/biogas-russia/>

*Тарасова С.Ю.  
студентка 6 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Чепурных М.Е., канд. экон. наук, доцент,  
зав. кафедрой экономической теории и мировой экономики  
Западно-Уральский институт экономики и права  
(г. Пермь)*

#### **Ситуация в сфере здравоохранения в Пермском крае**

Тема здравоохранения является актуальной в настоящее время, по причине того, что в мире много факторов, оказывающих негативное воздействие на здоровье, от которого зависит развитие нации, страны и в целом существование людей в дальнейшем, поэтому обеспечение качественного здравоохранения является очень важным элементом.

Рассмотрим ситуацию со здравоохранением в Пермском крае. Современное состояние здравоохранения в Пермском крае в целом можно охарактеризовать с разных сторон. С одной стороны, существует неудовлетворенность части населения края организацией

предоставления медицинской помощи, взаимоотношениями с медицинским персоналом и коммерциализацией в области здравоохранения. С другой стороны, Пермский край является одним из тех регионов, который ставит задачу повышения эффективности здравоохранения путем создания конкурентной среды в данной отрасли.

Рассмотрим проблему почему люди не доверяют нашей «русской» медицине. Что же из этого вытекает? Сталкиваясь с качеством обслуживания в поликлиниках, в государственных больницах мы зачастую наблюдаем большие очереди, нехватку врачей и мест для прохождения лечения. Это ведет к переходу более обеспеченных слоев населения к походам в частные клиники, где очередей почти нет и врачей хватает. Однако и здесь существуют свои проблемы – для большего «выкачивания» денег из пациента врачи начинают назначать много анализов, посещение других врачей, покупку дорогих лекарств, иногда могут и специально придумать болезнь у пациента. В результате у пациентов возникает недоверие и к частным клиникам.

По предложению главы региона Басаргина В.Ф. для проверки здравоохранения в Перми была создана экспертная группа. Первое, что привлекло их внимание – это сокращение сети медицинских учреждений. За последние три года (2010-2012) общее количество коек сокращено на 2104, а отток специалистов из отрасли составил почти 900 человек. Закрыто 90 фельдшерско-акушерских пунктов (ФАП).

Следующим выявленным недостатком стала материальная база лечебных учреждений края. 41 учреждение либо не достроено и заморожено, либо в стадии затянувшегося строительства. От 50 до 100 процентов медицинского и жизнеобеспечивающего оборудования требует замены в связи с полным использованием ресурса [1].

По данным от министерства здравоохранения в Пермском крае в 2012 году укомплектованность учреждений здравоохранения врачами по сравнению с 2011 годом снизилась с 90,7% до 90,0%, средними медицинскими работниками – на 0,7% и составила 92,2 %, а дефицит специалистов со средним образованием в 2012 году увеличился до 33,7 %, что на 5,4 % выше, чем в 2009 году[1]. Выходит, что молодое поколение просто не хочет идти на должности медсестер, медбратьев, все исходя из заработной платы их труда. Хотя, опять же по данным министерства здравоохранения в Пермском крае заработная плата врачей стационаров, участвующих в модернизации, составила 27,8 тыс.руб., среднего медицинского персонала (СМП) – 14,7 тыс.руб. , но на 14 тысяч сложно будет содержать семью и удовлетворять свои потребности, развиваться и быть уверенным в своем будущем. А врачи с большим стажем и умением сталкиваются с нехваткой нужного им оборудования или с низкой оценкой их труда, что приводит к их «утечке» в другие города и страны.

Как подтверждают опросы или записи в больницах через книгу жалоб и предложений, большинство пациентов склонялись к плохому питанию в больницах, плачевному состоянию коек. В палатах обычно лежит по 6-8 человек, это достаточно много и не очень комфортно, если исходить из опыта развитых зарубежных стран, то там таких условий нет.

Однако мониторинг состояния системы здравоохранения выявил и положительные тенденции по окончанию 2012 года. Так начали работу 11 межмуниципальных центров по кардиологии, неврологии, пульмонологии, онкологии, травматологии, 4 первичных сосудистых отделения, 1 региональный сосудистый центр.

Так же в 4 квартале 2012 года введено в эксплуатацию новое здание детского хирургического корпуса ГДКБ №15. Сметная стоимость объекта составила 1 524 631,6 тыс. рублей, из них средства муниципального бюджета – 921 152,4 тыс. рублей, краевого бюджета – 603 479,2 тыс. рублей.

Стали повышать квалификацию специалистов, проведя обучение в России и за рубежом. Также для больниц края было приобретено более 3 тыс. единиц медоборудования.

В 2013 году краевой Минздрав приобрел 24 мобильных ФАПа, некоторые уже работают в отдаленных деревнях и селах Прикамья. На капремонт больниц в краевом бюджете ежегодно предусмотрено по 2 млрд рублей.

Таким образом, можно сделать вывод, что безусловно улучшения в системе здравоохранения Пермского края наблюдаются, но они все равно являются недостаточными и на сегодняшний день существуют барьеры, препятствующие оказанию своевременной и качественной медицинской помощи в регионе и его административном центре. Рассмотрим некоторые из таких барьеров более подробно.

Первый барьер связан с низким престижем профессии доктора. Врачи, медсестры, спасают жизнь пациентам, рискуют при этом зачастую своей, к примеру, медсестры, работая с ВИЧ инфицированными за это получают незначительные доплаты, а факт заражения очень велик, а доплаты с больными гепатитом вообще нет, хотя там рисков заражения больше. За рубежом быть врачом – это престижно, в нашей стране это считается отчаянной профессией, опять же из-за не высокой оплаты труда. Поэтому выпускники медицинской академии не стремятся попасть в государственные больницы, поликлиники.

Второй барьер заключается в недостаточной заработной плате. Главным мотивационным фактором для многих людей на работе является заработная плата. Сравнивая зарплату врачей и медсестер с функциями, которые они выполняют, можно сказать, что заработная плата недостаточная. Как следствие на работу медицинский персонал идет не с желанием, что ведет к снижению качества обслуживания, становится источником конфликтов с пациентами и формирует негативное отношение к медицине в целом.

Третий барьер связан с недостатком финансовых ресурсов для реализации проектов в сфере здравоохранения за счет оттока денег на более приоритетные цели. Так в 2014 году произойдет сокращение премий у медицинских работников в связи с проведением олимпиады.

Рассматривая политику Министерства здравоохранения Пермского края, следует сказать, что оно намерено улучшать положение в отрасли и поставило ряд приоритетных задач, среди которых:

1. Проведение мероприятий по реализации структурных преобразований системы оказания медицинской помощи в части организационных изменений в структуре медицинских организаций, направленное на повышение эффективности системы здравоохранения.
2. Увеличение и закрепление медицинских кадров в государственных и муниципальных учреждениях здравоохранения Пермского края.
3. Совершенствование организации специализированной медицинской помощи населению Пермского по организации работы межмуниципальных центров, первичных сосудистых отделений и региональных сосудистых центров.
4. Развитие первичной медико-санитарной помощи сельскому населению.
5. Структурные преобразования системы скорой медицинской помощи.
6. Обеспечение приоритета профилактики в сфере здравоохранения[2].

К чему это приведет и когда будет замечен результат от выполнения поставленных задач не известно, но судя по состоянию здравоохранения на сегодняшний день, ждать населению повышения качества этой отрасли до высокого уровня придется долго.

#### **Список использованных источников**

1. Пермский губернатор поставил диагноз медицине // Российская газета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/07/19/reg-pfo/perm-zdrav-anons.html> (дата обращения 17.01.2014)
2. Сайт министерства здравоохранения Пермского края – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minzdrav.permkrai.ru/dokumenty/2013/> (дата обращения 17.01.2014)

## **ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

---

*Гноевая И.Н.*

*аспирант*

*Научный руководитель: Касич А.А., д-р. экон. наук, проф. кафедры учет, анализ и аудит  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

### **Пути совершенствования организации учета модернизации и реконструкции основных средств**

Основные средства являются неотъемлемой частью собственности любого предприятия, без которых невозможно осуществление хозяйственной деятельности. Поэтому для поддержки объектов основных средств в рабочем состоянии и повышения показателей финансово-хозяйственной деятельности, осуществляют улучшение объектов путем модернизации, реконструкции, дооборудования основных средств. При этом трудности возникают как в процессе осуществления работ связанных с ремонтом или модернизацией объектов основных средств, так и при отражении данных расходов в системе бухгалтерского учета.

Целью статьи является поиск путей для совершенствования методики учета затрат на проведение работ по улучшению основных средств.

Сегодня на практике возникает круг проблемных вопросов учета улучшения объектов основных средств. В ходе изучения законодательно – нормативных актов установлено, что согласно П(С)БУ 7 «Основные средства», улучшения – это не ремонт, но одновременно улучшения – это не только модернизация и реконструкция, но и «модификация, достройка, дооборудование». В частности, достройка – это один из видов реконструкции, дооборудование – один из видов модернизации. «Модификация» она не касается «улучшений» основных средств, это статистический термин, который, иначе говоря, означает изменения, придание новых характеристик старым параметрам. В свою очередь модернизация касается оборудования (машин, оборудования), реконструкция – предприятия в целом или его производственных подразделений (цехов, участков), а ремонтный процесс – каждого отдельного объекта или его составляющей. Итак, согласно бухгалтерским канонам, улучшение это реконструкция и модернизация. Ремонт к улучшениям не относится это только поддержание объекта в рабочем состоянии. После ремонта ничего не улучшается, а только восстанавливается первоначальный ресурс объекта [1].

Для обеспечения сохранности эксплуатационных качеств и эффективности использования, а также продления срока службы объектов основных средств, необходимо постоянно осуществлять расходы на содержание основных средств (модернизация, модификация, реконструкция, дооборудование, достройку) которые могут либо капитализироваться, то есть увеличивать стоимость основных средств, или списываться на расходы отчетного периода. Так, расходы понесенные, с целью подготовки актива к использованию по назначению и осуществлены до ввода его в эксплуатацию капитализируются, и является составляющей себестоимости.

Следует отметить, что перед бухгалтером возникает непростая задача – определить, какой результат проведенных работ необходимо отнести к текущим расходам, или капитализировать расходы и какую ожидаемую выгоду принесут эти расходы. Для решения этой задачи необходимо привлечь специалистов, инженеров, других специалистов, которые помогут определить технические характеристики объекта, а, следовательно, и экономические выгоды. Поэтому при приобретении объекта основных средств целесообразно сразу определить его основные характеристики, которые имеют принципиальное значение и влияют на экономические выгоды, которые ожидают получить от его эксплуатации в будущем. Лучше эти характеристики объекта (срок службы, мощность, потребление элек-

троэнергии, пробег, составляющие объекта и т.д.) оформить документально. Тогда после проведения мероприятий по улучшению основных средств можно делать расчет влияния изменений, которые произошли.

Для исключения при проведении налоговой проверки, контрольно – ревизионных мероприятий лишних вопросов о целесообразности проведения ремонтных и других работ, а также для упорядочения всех операций с имуществом, в том числе по восстановлению основных средств, руководству предприятия рекомендуется установить на уровне учетной политики следующие изменения:

1. Назначить отдельным приказом (распоряжением), не включая в сам текст учетной политики, лиц, ответственных за эксплуатацию различных видов основных средств, находящихся в пользовании, аренде, лизинге. При этом такие лица не обязательно должны быть материально ответственными. Например, материально – ответственным за компьютер может быть лицо, в чьем пользовании он находится, а ответственным за эксплуатацию всех компьютеров в учреждении – специально предназначен квалифицированный сотрудник.

2. Обязать лиц, ответственных за эксплуатацию объектов основных средств, осуществлять контроль технического состояния, а также составлять заявки на проведение работ связанных с ремонтом, реконструкцией, модернизацией. Обязательным в данной заявке должен быть указан характер выполненных работ.

3. Установить форму заявки. Образец заполнения табличной части заявки (Таблица 1) приведены ниже (шапка должна содержать реквизиты предприятия, дату и номер, подпись руководителя и подпись лица, ответственного за эксплуатацию основного средства) [3].

Предложенный вид заявки позволит руководителю предприятия принять правильное решение о характере осуществляемых предприятием работ, ведь согласно п. 29 Методических рекомендаций № 561 работы направлены на повышение технико-экономических возможностей (модернизацию, модификацию, достройку, реконструкцию) объекта, утверждают руководителем предприятия с учетом результатов анализа существующей ситуации и существенности таких расходов.

Таблица 1 – Заявка на ремонт, реконструкцию, модернизацию, дооборудование [3]

Наименование объекта	Инвентарный номер	Причина	Планирование мероприятия	Конечный результат	Документ подтверждающий выполнение
Автоматизированное рабочее место бухгалтера (компьютер в комплекте)	1111111	Изображение на мониторе не четкое "плывет", регулировками не устранены неполадки	Диагностика и ремонт, при необходимости средствами сторонней организации	Восстановление работоспособности	Акт выполненных работ № XX от ЧЧ.ММ.ГОД
Автоматизированное рабочее место (компьютер в комплекте)	2222222	Системные ресурсы – объем оперативной памяти – не достаточны для использования программы «XXX»	Дооборудование (модернизация) дополнительной оперативной памятью	Возможность использовать программу «XXX»	Акт выполненных работ № XX от ЧЧ.ММ.ГОД
Автомобиль ВАЗ- 21114	3333333	Стук в передней подвеске – разрушились сайлент-блоки	Ремонт своими силами (полная замена)	Восстановление работоспособности	Акт выполненных работ № XX от ЧЧ.ММ.ГОД
Здание центральной проходной завода	4444444	Протекает крыша	Заменить мягкую кровлю	Восстановление эксплуатационных характеристик	Акт выполненных работ № XX от ЧЧ.ММ.ГОД
Здание центральной проходной завода	5555555	Стекает с крыши дождевые и талые воды заливают крыльцо, лестницы покрываются льдом и разрушаются, возможны травмы	Достроить над крыльцом навес	Улучшение характеристик	Договор № XX Акт выполненных работ № XX от ЧЧ.ММ.ГОД



Проводя итоги, можно сказать: во-первых, действующее законодательство Украины предусматривает получение полной информации о расходах на улучшение основных средств, поэтому совокупность таких расходов может рассматриваться как самостоятельный объект бухгалтерского учета [2]. Во-вторых, рекомендуется для обеспечения достоверного отражения расходов на модернизацию, ремонт, достройку, дооборудование основных средств привлекать специалистов, инженеров, других специалистов, которые помогут бухгалтерам определить технические характеристики объекта, а следовательно и экономические выгоды от проведенных работ. В-третьих, внести дополнения в учетную политику по ответственным лиц и внести дополнения в документооборот путем ведения заявки на проведение ремонта, реконструкции, модернизации, дооборудования основных средств.

#### **Список использованных источников**

1. Самчик М.Ю. Особенности бухгалтерского учета расходов на ремонт основных средств / М.Ю. Самчик // Вестник Житомирского государственного технологического университета: Экономические науки. – М.: ЖДТУ. – 2011. – № 4 (58). – С.129 – 133.
2. Мельник Е.Г. Улучшение основных средств: организационно – методические аспекты бухгалтерского учета / Е.Г. Мельник // Вестник Житомирского государственного технологического университета: Экономические науки. – М.: ЖДТУ – 2012. – № 3 (61). – С.127 – 129.
3. Жуковский Д.В. Ремонт, реконструкция, модернизация, дооборудования – как правильно разграничить, спланировать и учесть расходы / Д.В. Жуковский // Финансовый справочник бюджетной организации: Практическая бухгалтерия. 2010. – № 9. – Электронный ресурс – Режим доступа: <http://www.gosfinansy.ru/journal/3588/55707/> - Название с экрана.

*Данилейко Е.А.  
студентка 5 курса факультета «Экономики и управления»  
Научный руководитель: Касич А.А., д-р экон. наук, профессор,  
зав. кафедрой учета, анализа и аудита  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Особенности отражения гудвилла в учете**

Актуальность темы исследования заключается в том, что во время своего функционирования предприятие накапливает неосязаемый капитал – гудвилл. Успешное использование этого нематериального актива приводит к значительной разнице между балансовой и рыночной стоимостями фирмы, поэтому существует необходимость правильного отражения гудвилла в учете.

Анализом вопросов связанных с гудвиллом занимались отечественные и зарубежные ученые: Бланк И.А. [3], Ковалев В.В. [5], Рейли Р.Ф. и Швайс Р.П. [7], Родионов А.В. [8], Щербакова А.А. [10]. В частности, проблемы оценки и учета осветила Уманцев Г.В. [9].

Основной целью является исследование гудвилла как инструмента увеличения стоимости фирмы и его особенностей отражения в учете.

Известно, что компании с высокой репутацией стоят на 150% дороже, чем те, что имеют низкую репутацию. Это происходит потому, что первые работают со своим репутационным капиталом и удачно его накапливают. Как следствие, 60% людей будут рекомендовать именно компании с высокой репутацией, 64% готовы купить их товар, а 51% хотят работать в таких организациях [6].

Перечисленные преимущества использования гудвилла значительно повышают и саму стоимость фирмы, поэтому важно рассмотреть как на законодательном уровне зафиксировано определение этого экономического термина.

Так, в Налоговом кодексе Украины отмечается, что гудвилл – нематериальный актив, стоимость которого определяется как разница между рыночной ценой и балансовой стоимостью активов предприятия как целостного имущественного комплекса, возникающего в результате использования лучших управленческих качеств, доминирующей позиции на рынке товаров, услуг, новых технологий. Стоимость гудвилла не подлежит амортизации и не учитывается при определении расходов налогоплательщика по активам которого возник такой гудвилл [1].

В соответствии с П(С)БУ 19: гудвилл – это превышение стоимости приобретения над долей покупателя в справедливой стоимости приобретенных идентифицированных активов и обязательств на дату приобретения [2].

Согласно данных определений, гудвилл, который сформировался за период существования предприятия, становится объектом бухгалтерского учета только на момент осуществления продажи предприятия. Таким образом, для отражения в учете суммы приобретенного гудвилла необходимо, *во-первых*, чтобы был зафиксирован факт приобретения предприятия (произошла смена собственника), и *во-вторых*, чтобы на дату приобретения существовала разница между фактической стоимостью приобретения чистых активов и их справедливой стоимостью.

Рассмотрим на условном примере отражение гудвилла в учете. Предприятие приобрело фирму за 50000 грн. На дату приобретения справедливая стоимость идентифицируемых активов и обязательств фирмы составила: необоротные активы – 30000 грн., оборотные активы – 5000 грн., текущие обязательства – 10000 грн.

Таким образом, стоимость приобретенных чистых активов составляет 25000 грн. (30000 + 5000 - 10000), при этом стоимость гудвилла – 25000 грн. (50000 - 25000). Порядок отражения приобретения фирмы на счетах бухгалтерского учета приведены в табл. 1.1.

Таблица 1 – Пример отражения гудвилла в учете при приобретении фирмы

№	Содержание хозяйственной операции	Сумма, грн.	Корреспонденция счетов	
			Дебет	Кредит
1.	Перечисления денежных средств продавцу за фирму	50000	377 «Расчеты с прочими дебиторами»	311 «Текущие счета в национальной валюте»
2.	Зачисление на баланс предприятия кредиторской задолженности приобретенной фирмы	10000	377 «Расчеты с прочими дебиторами»	631 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»
3.	Зачисление на баланс предприятия приобретенных необоротных активов	30000	15 «Капитальные инвестиции»	377 «Расчеты с прочими дебиторами»
4.	Зачисление на баланс предприятия приобретенных запасов и дебиторской задолженности	5000	20 «Производственные запасы» 36 «Расчеты с покупателями и заказчиками»	377 «Расчеты с прочими дебиторами»
5.	Отражение гудвилла	25000	191 «Гудвилл при приобретении»	377 «Расчеты с прочими дебиторами»

Источник: [4], авторские расчеты

Итак, гудвилл является одним из факторов улучшения эффективности деятельности предприятия, что ведет к росту рыночной стоимости фирмы выше зафиксированной в документах балансовой стоимости. Для правильного отражения в учете необходимо учитывать его особенности:

– гудвилл становится объектом учета только в момент продажи фирмы, поэтому должен быть зафиксирован факт приобретения, то есть изменение ее владельца;

– на дату приобретения должна существовать разница между фактической стоимостью приобретения чистых активов и их справедливой стоимостью.

#### **Список использованных источников**

1. Податковий кодекс України (із змінами, внесеними із Законом № 2856-VI від 23.12.2010 року).
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.07.1999 р. № 163.
3. Бланк І.А. Основи фінансового менеджмента. Т.2 / Бланк І.А. – К. : Ника-Центр, 1999. – 427 с.
4. Волинец Л. Гудвил как категория бухгалтерского учета / Волинец Л. // Экспресс анализ законодательных и нормативных актов. – 2010. – № 9-10. – С. 23-36.
5. Ковалев В.В. Гудвилл как бухгалтерская категория / Ковалев В.В. // Бухгалтерский учет. – 2005. – № 8. – С. 52-59.
6. Офіційний сайт Reputation Capital [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reputationcapital.org/>.
7. Рейли Р.Ф. Оценка стоимости и бухгалтерский учет приобретенного гудвилла / [Електронний ресурс] / Рейли Р.Ф., Швайс Р.П. // Корпоративный менеджмент. – 2007. – №1. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/>.
8. Родіонов О.В. Вплив ділової репутації підприємства на його розвиток / [Електронний ресурс] / Родіонов О.В. // Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. – 2010. – № 22 (І). – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/>.
9. Уманцев Г.В. Учет гудвилла при приобретении предприятий / Уманцев Г.В. // Дебет-Кредит. – 2001. – № 14. – С. 50-53.
10. Щербакова О.А. Гудвилл: важнейшая составляющая нематериальных активов в учете коммерческих предприятий / Щербакова О.А. // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – № 5. – С. 1-7.

*Душенко А.О.  
студентка 5 курса, факультет Экономики и управления,  
Научный руководитель: Гноева И.Н., ст. преподаватель,  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского,  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Особенности учета модернизации основных средств в Украине в сравнении с Россией**

В условиях нестабильной экономической ситуации перед предприятиями стоит задача выпуска конкурентоспособной продукции с наименьшими затратами. Одним из способов наращивания производственной мощности предприятий и увеличения выпуска продукции является модернизация и реконструкция технико-экономически устаревшего оборудования, которое требует значительно меньших инвестиционных затрат, чем вложение средств на приобретение нового оборудования.

На сегодняшний день данная тема является актуальной, поскольку в промышленности износ средств на предприятиях достигает 65%. Для сравнения: степень износа основных производственных фондов в развитых государствах Европейского Союза не превышает 25% [1].

Исследованию учета модернизации основных средств были посвящены научные труды таких ученых как: М.И. Бондарь, А.Н. Голенко, А.А. Гончаренко, Я.Д. Крупка, Л.Г. Ловинская, Т.П. Остапчук, М.Г. Чумаченко и другие. Тем не менее, большинство вопросов по улучшению состояния основных средств на предприятиях остаются нерешенными.

Целью данной работы является ознакомление с ведением учета расходов на модернизацию в Украине и России, а также проведение сравнительного анализа с целью определения проблем и направлений совершенствования учета расходов на модернизацию основных средств.

Сравнение российских и украинских правил учета позволяет увидеть, какая из систем учета наиболее реально отражает показатели финансового состояния предприятия. В табл. 1 представлен сравнительный анализ содержания российских и украинских стандартов по учету модернизации основных средств.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика учета модернизации основных средств в Украине и России

Критерий сравнения	Российские стандарты бухгалтерского учета (РСБУ)	Положения (стандарты) бухгалтерского учета (П(С)БУ)
Документы, которые регулируют учет модернизации основных средств	Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01, утвержденный Приказом Минфина России от 30.03.2001 N 26, а также Методические указания по бухгалтерскому учету основных средств, утвержденные Приказом Минфина России от 13.10.2003 N 91, Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ)	П(С)БУ 7 «Основные средства», Методические рекомендации по бухгалтерскому учету основных средств, утвержденные приказом Минфина от 30.09.2003 г. № 561, Налогового кодекса Украины от 02.12.2010 г. N 2755-VI
Определение понятия «модернизации»	Согласно Методическим указаниям по учету основных средств к модернизации относят работы по восстановлению объектов основных средств, которые приводят к улучшению ранее принятых нормативных показателей функционирования.	В П(С)БУ 7 и в Методических рекомендациях № 561 под понятием модернизации понимают улучшение технических параметров оборудования с целью увеличения срока службы или производственной мощности.
Учет затрат	Расходы на модернизацию и реконструкцию объекта основных средств учитываются на балансовом счете 08 «Вложения во внеоборотные активы». По окончании модернизации собранные на этом субсчете затраты списываются на счет 01 «Основные средства».	Согласно п. 14 П(С)БУ 7 ведут в разрезе объектов аналитического учета на счете 15 «Капитальные инвестиции» (на соответствующих субсчетах) с последующим зачислением их на счет 10 «Основные средства» после ввода в эксплуатацию.
Срок полезного использования	Налогоплательщик вправе увеличить срок полезного использования объекта основных средств после даты ввода его в эксплуатацию, если после модернизации такого объекта произошло увеличение срока его полезного использования. В Налоговом кодексе увеличение срока полезного использования объекта основных средств может быть осуществлено в пределах сроков, установленных для той амортизационной группы, в которую ранее был включен такой объект. Если изначально по объекту основных средств был установлен максимально возможный срок полезного использования, то увеличение срока полезного использования по такому объекту не производится.	
Порядок начисления амортизации	Годовая сумма амортизационных отчислений пересчитывается исходя из остаточной стоимости объекта, увеличенной на затраты на модернизацию, и оставшегося срока полезного использования. Из состава амортизируемого имущества исключаются основные средства, находящиеся по решению руководства организации на реконструкции и модернизации продолжительностью свыше 12 месяцев. Начисление амортизации по объекту основных средств возобновляется с 1-го числа месяца, следующего за месяцем, в котором модернизируемый объект был введен в эксплуатацию, а в случае, если модернизация осуществлялась без остановки производства, – с 1-го числа месяца, следующего за месяцем, в котором она была окончена.	
Модернизация в налоговом учете	С 1 января 2006 г. согласно п. 1.1 ст. 259 НК РФ организации имеют право включать в состав расходов отчетного (налогового) периода расходы на капитальные вложения в размере не более 10% первоначальной стоимости основных средств и (или) расходов, произведенных в случаях достройки, дооборудования, модернизации, технического перевооружения, частичной ликвидации основных средств. В п. 1.1 ст. 259 НК РФ внесены уточнения, благодаря которым с 1 января 2007 г. налогоплательщик может единовременно списывать до 10% расходов, связанных и с реконструкцией объектов основных средств.	В налоговом учете сумма расходов, связанных с ремонтом и улучшением (модернизация, модификация, достройка, дооборудование, реконструкция) в размере, превышающем 10 % совокупной балансовой стоимости всех групп ОС, подлежащих амортизации, на начало отчетного налогового года относится на объект ОС, по которому осуществляется ремонт и улучшение. Сумма расходов, не превышает 10 % – относится к расходам того отчетного налогового периода, в котором такие ремонт и улучшение были осуществлены.

Анализируя учет модернизации в Украине и России можно сделать вывод, что введение учета практически не имеет различий. Однако есть важные отличия в сравнении с международными стандартами. Начисление амортизации активов в России и Украине прекращается на период реконструкции, ремонта или модернизации. Ремонт или любое техническое обслуживание актива согласно международным стандартам не отменяет необходимости амортизации такого основного средства.

Кроме внешних источников инвестирования в основные средства важное место занимают собственные источники финансирования, в число которых входит амортизационный фонд. Согласно п.1.1. ст.259 НК РФ организация может воспользоваться правом на единовременное списание 10% от сумм, потраченных на модернизацию, то есть правом на амортизационную премию. Вместе с тем эта амортизационная премия будет давать большую возможность аккумулировать средства для замены устаревшего оборудования [4].

Затраты на модернизацию и реконструкцию признаются капитальными инвестициями и накапливаются на счете 15 «Капитальные инвестиции» если в результате этих расходов возрастает срок полезного использования основных средств, увеличивается количество изготовленной продукции. До сих пор нет точного определения понятия «капитальные инвестиции» в число, которого необходимо внести расходы на модернизацию, капитальный ремонт, так как они обеспечивают продление срока использования основных средств.

Модернизация может проводиться в ходе капитального ремонта. При этом затраты на модернизацию и реконструкцию объекта основных средств должны осуществляться только за счет прибыли, и после их окончания могут увеличивать первоначальную стоимость такого объекта. Учет затрат, связанных с модернизацией и реконструкцией (включая затраты по модернизации объекта, осуществляемой во время капитального ремонта) объектов основных средств, ведется в порядке, установленном для учета капитальных вложений [2, стр. 8].

В п. 51 международного стандарта 16 «Основные средства» отмечается, что политика компании в области ремонта и обслуживания может вести к увеличению срока полезной службы актива и увеличению его ликвидационной стоимости. Однако принятие такой политики не исключает необходимость амортизации. Соответственно следует капитализировать затраты на капитальный ремонт и модернизацию путем уменьшения начисленного износа с последующей их амортизацией. Необходимо внести дополнения в Положение (стандарт) бухгалтерского учета 7 «Основные средства»: «Расходы, осуществляемые для восстановления утраченных объектом экономических выгод, увеличивают его балансовую стоимость путем уменьшения начисленного износа при условии, что она не будет превышать сумму ожидаемого возмещения» [3].

Важным является доработка нормативно-правовых актов, в которых четко прописывались какие именно виды работ по ремонту, модернизации и реконструкции, а также другие виды улучшений активов приводят к росту будущих экономических выгод. Необходимым является разработка четкой классификации расходов по улучшению основных средств. А также, создание на предприятиях групп экспертов, которые могли бы четко исследовать расходы на улучшение основных средств которые необходимо включать в первоначальную стоимость объектов.

Таким образом, были исследованы особенности ведения учета расходов на модернизацию в Украине и России. Нахождение Украины в составе СРСР привело к тому, что учет расходов на модернизацию в обеих странах имеет много общих признаков. Однако проведение сравнительного анализа показало, что кроме общих черт ведение учета в обеих странах имеют ряд подобных проблем. Для решения проблем с учетом расходов на реконструкцию и модернизацию основных средств необходимо:

- 1) к счету 15 «Капитальные инвестиции» (08 «Вложения во внеоборотные активы») необходимо открыть субсчет на котором, будут накапливаться расходы на модернизацию;
- 2) усовершенствовать нормы и методы амортизационных отчислений;
- 3) доработать нормативно – правовые акты, регулирующие бухгалтерский учет расходов, связанных с улучшением основных средств.

### **Список использованных источников**

1. Капитал. 2013: [Электронный ресурс] // <http://www.capital.ua/ru/news/11171-iznos-oborudovaniya-ukrainskikh-zavodov-dostigaet-65> (Дата обращения: 25.12.2013).
2. Михалева Е. Учет основных средств // Бухгалтерский и налоговый учет в Казахстане. – Алматы: Издательство БИКО. – 2008. – 248с.
3. Олексенко Ю.А. Особливості обліку модернізації та реконструкції основних засобів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/studconf/360.pdf>.
4. Податковий кодекс Російської Федерації від 31.07. 1998 № 146-ФЗ (прийнятий ГД ФС РФ 16.07. 1998) (ред. від 17.05. 2007)

*Капуш К.А.  
студентка 3 курса факультета экономики и управления  
Научный руководитель: Цыган Р.Н.,  
ст. преподаватель каф. учета, анализа и аудита  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

### **Проблемы и перспективы применения стратегического учета**

В условиях стремительных экономических преобразований эффективно построенная и реализованная стратегия дает возможность успешно функционировать любому предприятию. Одним из инструментов реализации стратегических целей компании является стратегический учет. Вопрос ведения стратегического учета на предприятии на сегодняшний день стоит очень остро, ведь государством не регламентируется его использование и процесс организации. Для предприятия всегда нужна информация о возможностях и потребностях предприятия, а также его экономической среде (рынках, конкурентах, товарах в долгосрочной перспективе). В этом случае говорят о необходимости стратегического учета.

При основании той или иной компании ее владельцы в большинстве случаев исходят из стратегических, долгосрочных установок, а не из сиюминутных соображений, что дает основание применять учетные оценки в прогнозно-аналитической работе.

В связи с этим существенное внимание в настоящее время уделяется стратегическому учету, возникшему относительно недавно, но уже сформировавшемуся в достаточно обширное направление научной и практической деятельности.

В нашей стране стратегический управленческий учет находится в стадии зарождения, вследствие чего отечественные публикации и исследования в этой области немногочисленны [2, с. 35].

Стратегический учет предполагает изучение факторов внешней предпринимательской макросреды функционирования предприятия (экономических, демографических, природно-географических и экологических, политических, правовых, научно-технических, культурных, социальных) с акцентированным вниманием к факторам внешней предпринимательской микросреды – поставщикам, потребителям, посредникам, конкурентам, рынку рабочей силы [5, с. 29].

В последнее время проблемы стратегического учета находятся в центре пристального внимания ученых и специалистов: Вахрушиной М.А. [2, с. 89], Валебниковой Н.В. [1, с. 53], Тереховой В.А. [3, с. 10], Хорина А.Н. [4, с. 328] и других.

Наряду с явными преимуществами и позитивными качествами стратегический учет имеет ряд проблем, которые нуждаются в оперативном их решении (табл.1).

Таблица 1 – Проблемы стратегического учета и способы их решения

№ п/п	Проблема	Способ решения
1	Непредсказуемая внешняя среда функционирования предприятий	Изучение внешних факторов с целью снижения их влияния на процесс реализации стратегии
2	Отсутствие подготовки кадров в области стратегического учета	Создание условий для подготовки и переподготовки кадров в специальных учебных учреждениях и на специальных курсах
3	Отсутствие надлежащей образовательной базы в сфере стратегии	Внедрение в систему образования конкретных специальностей, касающихся стратегии
4	Непонимание руководителями сущности и значения стратегического учета для долгосрочного развития предприятия	Проведение тренингов, лекций и конференций для руководителей на тему важности стратегического учета на предприятии
5	Ограниченный доступ украинских предприятий к информационным ресурсам	Сделать неограниченный доступ предприятий к необходимой информации для ведения стратегического учета
6	Отсутствие чётких правил оценки выполнения стратегических целей на всех уровнях оргструктуры	Утверждение специфических правил выполнения стратегического учета на уровне предприятия.
7	Отсутствие соответствующей законодательной базы и кодексов в сфере стратегического учета	Создание соответствующей законодательной базы, которая бы регламентировала все аспекты стратегического учета
8	Неэффективное использование существующих методов стратегического прогнозирования	Изучение зарубежного опыта управления реализацией долгосрочных целей и адаптация его на отечественных предприятиях

С целью успешного решения указанных проблем украинские предприятия могут воспользоваться концепцией, которая предусматривает создание офиса стратегического учета. Тем более, что создание организационных подразделений учетной стратегии, согласно опыту иностранных компаний, является основой эффективного стратегического управления.

Вместе с созданием организационного подразделения, которое будет заниматься вопросами стратегического учета, необходима централизация управления стратегией предприятия и координация стратегических планов, целей и мероприятий на всех уровнях управления. Создание отдела стратегического учета позволит предприятию эффективно решить ряд проблем, которые связаны с практическим внедрением стратегического учета на отечественных предприятиях, повысить уровень конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности предприятий в целом.

Условия рынка сегодня таковы, что ни одно предприятие не может достичь превосходства над конкурентами по всем коммерческим характеристикам товара и средствам его продвижения. Поэтому необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени, соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны деятельности предприятия. В таких условиях возможным решением данной проблемы предлагается формирование и реализация эффективной конкурентоспособной бизнес – модели предприятия, которая будет адекватна внешним и внутренним условиям компании, станет привлекательной для инвесторов, обеспечит приток капитала и рост рыночной стоимости компании. А для того что бы сформировать эффективный и конкурентоспособный бизнес необходимо наладить систему стратегического учета и решить все проблемы, связанные с ним на данный момент времени.

#### Список использованных источников

1. Валебникова Н.В., Василевич И.П. Современные тенденции управленческого учета.// Бухгалтерский учет, 2000, № 18, с.53-58.

2. Вахрушина М.А. Внутрипроизводственный отчет и отчетность. Сегментарный учет и отчетность. Российская практика: проблемы и перспективы. – М.:АКДИ, Экономика и жизнь, 2000. – 192 с.

3. Терехова В.А. Стратегический управленческий учет: состояние и развитие в зарубежных странах //Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях, 2000, № 4, с.9-12.

4. Хорин А.Н. О достоверности и существенности показателей бухгалтерской отчетности // Бухгалтерский учет, 1999, № 11 с.60-62 8. Энциклопедия общего аудита. – М.: Международная школа управления. Т. 2, 1999. – 569 с.

*Коневских Н.А.  
студент 3курса*

*Научный руководитель: Мальцев О.В., канд. экон. наук,  
доцент, доцент кафедры экономики  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

### **Особенности проведения камеральной проверки**

В механизме налогового контроля налоговая проверка занимает одно из основных мест. Налоговые органы проводят налоговый контроль в форме налоговых проверок, получения объяснений налогоплательщиков, налоговых агентов и плательщиков сбора, проверки данных учета и отчетности, осмотра помещений и территорий, используемых для извлечения дохода (прибыли), а также в других формах, предусмотренных Налоговым кодексом Российской Федерации. В данной статье более подробно будет рассмотрена одна из форм контроля- камеральная проверка.

Правовое регулирование камеральных проверок установлено ст. 88 НК РФ. Вместе с тем на данный институт распространяются и положения ст. 87 НК РФ.

Определения камеральной проверки НК РФ не содержит, он лишь констатирует, что в процессе ее проведения проверяется налоговая отчетность налогоплательщика. Камеральная проверка является основной формой текущего контроля за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью уплаты налогов в бюджеты различного уровня. Она проводится уполномоченными должностными лицами налогового органа в соответствии с их служебными обязанностями без какого-либо специального решения руководителя налогового органа.

Не достаточно четко в НК РФ раскрыт вопрос момента начала проверки. В связи с чем, возможно несколько подходов для решения данного вопроса. Один из подходов основан на том, что камеральная проверка должна начинаться с момента представления указанного в НК РФ документа для проверки, например, декларация. Однако на наш взгляд более правильным является подход, в рамках которого проверка начинается с момента представления всех необходимых и достаточных документов.

Еще одним из проблемных аспектов является порядок исчисления сроков камеральной проверки. В НК указывается на срок в 3 месяца, однако остается не выясненным вопрос о том, является ли данный срок пресекательным или нет. С учетом сложившейся практики складывается впечатление, что действия налоговых органов за пределами 3-х месячного срока сохраняют силу, что ставит налогоплательщика в невыгодное положение.

Долгое время проблемой оставался вопрос об акте камеральной проверки. Считаем, что вопрос решен, но лишь отчасти. Лицо, проводящее камеральную налоговую проверку, обязано рассмотреть представленные налогоплательщиком пояснения и документы. Если после рассмотрения представленных пояснений и документов или либо при отсутствии пояснений налогоплательщика. Налоговый орган установит факт совершения налогового правонарушения или иного нарушения законодательства о налогах и сборах, должностные



лица налогового органа обязаны составить акт проверки в порядке, предусмотренной в статье 100 НК РФ «Об утверждении форм документов, применяемых при проведении и оформлении налоговых проверок».

Таким образом, в весьма короткий срок (3 месяца) инспекция Федеральной налоговой службы должна обработать каждую декларацию два раза – первый раз для начисления налогов «по данным плательщика» в течение 5-10 дней со дня сдачи отчетности и второй – для собственно камеральной проверки.[1, с.16].

К основным особенностям камеральной проверки относятся:

1) Массовый характер операций, осуществляемых налоговой инспекцией при камеральных проверках. Фактически каждый налогоплательщик, сдающий отчетность, проверяется 1 раз в квартал, некоторые (крупные) – 1 раз в месяц. Каждый раз проверке подвергается не одна декларация, а несколько – от 7 до 13, плюс бухгалтерская отчетность (3-5 форм) неограниченное количество справок, расчетов, пояснительных записок, прилагаемых к декларациям.

2) Массовый характер ошибок, допускаемых плательщиками при заполнении деклараций, в расчетах сумм налогов, что приводит к массовым камеральным доначислениям на весьма значительные суммы, и соответственно массовое применение налоговых и административных санкций по результатам камеральных проверок.

3) Жесткий срок на начисление в карточках лицевых счетов сумм налогов «по данным плательщика». Срок проведения камеральной проверки ограничен 3 месяцами со дня представления декларации налогоплательщиком.

4) Благодаря тому, что появилась возможность фиксации в ходе проведения камеральных проверок доказательств налоговых правонарушений, связанных с исчислением налогов, и применения к налогоплательщикам санкций за такие правонарушения без проведения выездной налоговой проверки. В результате камеральные налоговые проверки становятся основной формой контроля за соблюдением налогового законодательства и правильностью исчисления налогов и сборов.

5) Проведение камеральных налоговых проверок в отношении абсолютно каждой налоговой декларации (расчета), подаваемой всеми налогоплательщиками, не представляется возможным с практической точки зрения. И вот почему... количество сотрудников налоговых органов, специально уполномоченных проводить такие проверки, в расчете на одну налоговую инспекцию ограничено в среднем несколькими десятками, а число налогоплательщиков (плательщиков сборов, налоговых агентов), состоящих на налоговом учете в одной налоговой инспекции, исчисляется тысячами, а то и десятками тысяч.

6) В последнее время усилился контроль за организациями, указывающими в своей отчетности несоразмерные убытки, представляющими в налоговые органы "нулевую" отчетность или не представляющими отчетность вообще.

7) Однако, камеральная проверка проводится без решения руководителя инспекции, что в некотором роде убыстряет процесс и сокращает количество бюрократических проволоч [2, с.146].

Учитывая изложенное, приходим к выводу, что пробелы налогового законодательства можно преодолеть путем правотворческой деятельности компетентных государственных органов, которая должна основываться на сложившейся правоприменительной и арбитражной практике.

#### **Список использованных источников**

1) Налоговый кодекс Российской Федерации. Последняя редакция. – М., 2008. Часть первая.

2) Сивков Е.: Камеральные и выездные проверки. Издательство: ИД Евгений Сивков, 2010 г. Часть 2. С. 144-148.

### **Анализ учета заработной платы в России и за рубежом**

Одним из важнейших направлений деятельности бухгалтерии различных предприятий, как в России, так и за рубежом, является учет заработной платы работников предприятия. Учет заработной платы и труда является одним из наиболее трудоемких и ответственных участков работы бухгалтера. Он занимает одно из центральных мест во всей системе учета. Роль заработной платы определяется, прежде всего, тем, что она служит для подавляющего числа работников основным источником доходов и в их структуре занимает доминирующее положение.

Теория заработной платы постоянно эволюционировала и продолжает эволюционировать, на данный момент она пришла к тому, что мы видим на сегодняшний день. Переход к рыночным отношениям, коренным образом изменяет и содержание всей работы по организации оплаты труда. Правительственные органы отказались от какого-либо управления оплатой труда и ее уровнем, оставив за собой только установление минимальной оплаты труда, на данный момент она составляет 5205,5 рублей, была утверждена с 1 января 2013 года Федеральным законом РФ №232-ФЗ от 03.12.2012г., а с 1 января 2014 года составит 5554. Заработная плата представляет собой один из основных факторов социально-экономической жизни каждой страны, человека.

Уровень оплаты труда зависит от многих факторов. Прежде всего, от экономического состояния предприятия (организации), от соотношения спроса и предложения на рынке труда, состояния потребительского рынка, а также от общей социально-экономической ситуации в государстве и регионе. Высокий уровень заработной платы оказывает благотворное влияние на экономику в целом, обеспечивая высокий спрос на товары и услуги.

Актуальность работы не вызывает сомнений, так как большинство жителей нашей страны и Запада не знакомы с исчислением своей заработной платы, которую они получают за свой труд.

Цель работы: изучить сущность, формы и виды заработной платы в России и за рубежом.

Задачи:

1. Рассмотреть понятия заработной платы;
2. Выяснить сущность заработной платы;
3. Рассмотреть формы и системы оплаты труда;
4. Рассмотреть формы оплаты труда в России и за рубежом.

Заработная плата – категория историческая, появление и функционирование которой связано с возникновением и развитием капиталистического способа производства, основанного на наемном труде. Сам наемный труд есть отношение, возникающее между работником и собственником средств производства. Одна из сторон этого отношения реализуется в заработной плате, являющейся, по определению К. Маркса, превращенной формой стоимости и цены рабочей силы.

Современная экономическая теория доказывает, что на рынке труда продается и покупается именно труд, что заработная плата есть плата за него. Труд как процесс не может быть предметом купли-продажи, в свое время убедительно доказал К. Маркс.

Сущность заработной платы отражается в функциях, которые она выполняет в различных фазах общественного воспроизводства. Заработная плата является многофункциональной категорией.

Взаимосвязь размеров заработной платы и показателей, характеризующих качество, количество и результаты труда, устанавливается с помощью форм и систем его оплаты.

Системы и формы оплаты труда – это организационно-экономические механизмы измерения затрат и результатов труда работника с размером причитающейся ему заработной платы [2, с. 376].

Различают две основные формы оплаты – повременную и сдельную. Если в основе меры труда лежит количество отработанного времени и квалификации работника, то используется повременная форма оплаты труда. Если количество и качество произведенной продукции, выполненных работ, оказанных услуг, то сдельная.

Первым этапом работы было проведение опроса (Приложение 1). В опросе приняли участие 31 человек в возрасте от 20 до 50 лет, 15 женщин и 16 мужчин. С помощью опроса было выявлено, что 25 человек, т.е. 81% устраивает карточная система оплаты труда. Также в ходе опроса выяснилось, что лишь 20 человек, т.е. 65% доверяют бухгалтеру, который производит начисление их заработной платы. Количество данных ответов на ряд вопросов приведены в таблице, именно эти результаты и стали основой проведения нашего анализа.

Данные проведенного опроса свидетельствует о том, что необходимо разъяснять людям как начисляется заработная плата, из чего она состоит. А так же необходимо повышать уровень доверия людей к бухгалтерам, а работодателям прислушиваться к мнению работающих людей.

Средний доход заработной платы в нашей стране, по данным Росстата, в апреле 2013 года составил 28836 руб. или примерно 920\$ (курс ЦБ РФ за апрель составлял 31,35 руб.). Это на 11,7% больше чем в апреле 2012 года. Денежный доход на душу населения (включая пенсии, пособия, доходы от предпринимательской деятельности и т.д.) в среднем по стране равняется 25439 руб. Заработная плата везде вычисляется путем деления всего фонда зарплат на всех работников поровну. В большинстве стран средняя зарплата довольно сильно отличается от зарплаты обычного работника, т.е. сумма, которая делит работающее население пополам – одна половина работников имеет заработок меньше этой суммы, а другая половина – больше. В Пермском крае средняя заработная плата по данным Росстата составляет 25732 руб. По сравнению с прошлым годом оплата труда выросла на 14%, но реальная заработная плата, с учетом инфляции, выросла всего лишь на 6%.

Примерно такая же ситуация и в большинстве стран Европы. Есть государства, где разница в уровнях зарплаты работников не значительная, например, в Израиле и Америке. В Израиле – 65% получают зарплату ниже средней зарплаты. В апреле 2013 года составляла 9 тысяч шекелей, что составляет на 3% больше чем в прошлом году. В тоже время в Израиле увеличилось и трудовое участие населения, т.е. работающих стало на 2,5% больше чем в прошлом году. А в Америке в апреле 2013 года заработная плата составляла \$4300. В Америке почасовая оплата труда, и чаще зарплата указывается за год. Также налоги платятся в конце года, а это примерно 35%, включая страховки и различные Биллы.

В Финляндии средняя заработная плата в апреле 2013 года составляла 3200 евро в месяц. По сравнению с ситуацией 10 лет назад, зарплата выросла в среднем на 35%. А в Эстонии в апреле месяце 2013 года средняя заработная плата составляла \$1150 в месяц, по сравнению с прошлым годом она увеличилась на 5,9%.

Средняя заработная плата в странах мира достаточно разная. Во всех странах она каждый год увеличивается, но ценности в реальных показателях не прибавляется. Сегодня заработная плата большинства стран не выполняет ни воспроизводственной, ни стимулирующей функции.

Данная работа может быть продолжена в нескольких направлениях, можно значительно расширить список проанализированных стран, а также городов, можно сравнить не только последние 2 года, но и провести анализ за 5 предыдущих лет.

Исходя из всего выше сказанного, можно сделать вывод, не смотря на то, что заработная плата является одной из самых ранних экономических категорий, тем не менее, ее развитие не закончено. Теория и учет заработной платы постоянно дорабатывается и дополняется. Формы и системы оплаты труда работников – постоянно совершенствуются комбинациями уже существующих форм и изобретаются новые системы оплаты труда.

Основными факторами, влияющими, на величину заработной платы являются социально-экономические, а также сложность выполняемой работы, соотношение спроса и предложения на рынке труда, вводимый государствами гарантированный минимум заработной платы.

Заработная плата – важнейший фактор, обостряющий старые и новые проблемы рынка труда. В России переход к рыночной экономике явился снижением доли заработной платы в общей сумме доходов населения. Правительство России устранилось от регулирования оплаты труда, так что работодатель вправе устанавливать заработную плату на каком угодно уровне.

Переход к рыночной экономике вносит значительные изменения в бухгалтерский учет, как коммерческих, так и бюджетных организаций. Прогресс не стоит на месте, но в большинстве бюджетных учреждений программное обеспечение устарело и требует обновления, поэтому бухгалтеру, который рассчитывает заработную плату приходится делать это частично в ручную, либо проверять работу компьютера. Увеличение заработной платы в бюджетных учреждениях положительно складывается на финансовом состоянии работников бюджета. Несмотря на это увеличение заработной платы, идет медленно и уступает по темпам роста инфляции. Трудовые отношения в бюджете намного лучше, чем в коммерции, так как там соблюдены все социальные льготы, что может предоставить не каждая организация. Соответственно человек может воспользоваться своими социальными правами, не боясь потерять свое рабочее место.

Проведение данного анализа было познавательным, увлекательным и весьма интересным.

#### **Список использованных источников**

1. Вайсбурд, В.А. Экономика труда: учеб. Пособие / В.А. Вайсбурд. – 2-е издание, стер. – М.: Издательство «Омена-Л», 2012. – 376 с.
2. Волгин, Н.А. Оплата труда: производство, социальная сфера, государственная служба (Анализ, проблемы, решения) / Н.А. Волгин. – М.: Экзамен, 2010. – 304 с.
3. Волгин, Н.А. Оплата труда и проблемы ее регулирования/ Н.А. Волгин, Т.Б. Будаев. – М.: Альфа-Пресс, 2009. – 239 с.
4. Казанцев, В.И. Трудовое право: учебник для студентов сред. проф. учеб. заведений/ В.Н. Васин, В.И. Казанцев. – 2-е изд., – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 432 с.
5. Камышов, П.И. Бухгалтерский финансовый учет: учебник / П.И. Камышов, А.П. Камышов. – М.: «Омега-Л», 2009.
6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономики, Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1988. – 891с.
7. Чая, В.Т. Бухгалтерский учет: учебное пособие / В.Т. Чая, О.В. Латыпова. – М.: КНОУРУС, 2009. – 528с.
8. <http://bs-life.ru/zarplata/srednyaya-zarplata2013>.

*Пасполитак Д.Р.  
студентка 5 курса*

*Научный руководитель: Нестренко О.В., ст. преподаватель каф. учета и аудита  
Кременчугский институт Днепрпетровского университета им. Альфреда Нобеля  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Трансформация финансовой отчетности украинских предприятий в финансовую отчетность по МСФО**

В мировой практике сотрудничества компаний одним из основных показателей выбора делового партнера является его финансовое состояние. Вопрос оценки устойчивости финансового состояния пока еще нигде в мире до конца не решен и сейчас находится на стадии решения. Сегодня основными критериями оценки являются финансовая отчетность

и результаты финансовой деятельности предприятия. Проблема, возникшая на данной стадии решения вопроса, невозможность сопоставления финансовой отчетности компаний различных стран. В течение предшествующих двадцати лет в мире предпринимались попытки международной унификации финансового учета и отчетности. В настоящее время в ряде стран в различной степени используются Международные Стандарты Финансовой Отчетности МСФО (International Accounting Standards, IAS), которые разрабатываются Комитетом по международным стандартам финансовой отчетности КМСФО (International Accounting Standards Committee, IASC).

Глобализация, расширение международных связей способствует все большему применению МСФО (они приняты как обязательные в нескольких странах Европы и количество таких стран растет).

В международной практике финансовая отчетность является своеобразной визитной карточкой компании и часто единственным источником получения информации для иностранных партнеров. Особенно важным этот фактор является при привлечении международного финансирования. Для участия в таких проектах компания должна предоставлять качественную финансовую информацию. Следует отметить, что финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с международными стандартами, является одним из основных требований экспортных кредитных агентств (ЭКА) и финансирующих зарубежных банков.

Интеграция украинских предприятий в мировую экономику обусловили развитие системы бухгалтерского учета и перехода ее на международные стандарты финансовой отчетности.

Основным методом составления финансовой отчетности в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности является трансформация, которая предполагает перегруппировку учетной информации, подготовленной по украинским стандартам бухгалтерского учета (П(С)БУ), в отчетность, соответствующую требованиям МСФО.

Трансформация финансовой отчетности в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности необходима:

- компаниям, которые ведут международный бизнес;
- компаниям, которые планируют выйти на IPO, привлекать инвестиции или привлечь иностранного партнера;
- инвестору, который планирует купить или продать бизнес, либо рассматривает возможность инвестирования в Украину;
- собственнику, которому нужен отчет в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности;
- публичным акционерным украинским компаниям, акции каких котируются на бирже.

В Украине в мае 2011 года были подписанные изменения в Закон «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине», в котором утверждена стратегия применения МСФО. Для публичных акционерных обществ, банков и страховщиков предусмотрено обязательное составление финансовой отчетности по международным стандартам с 01.01.2012 года. Такая же практика применяется и к предприятиям, которые занимаются хозяйственной деятельностью по видам, перечень которых определяется Кабинетом Министров. Остальные компании самостоятельно определяют целесообразность применения международных стандартов для составления и консолидации финансовой отчетности [1].

Переход на МСФО повышает инвестиционную привлекательность компании и доверие к ней со стороны владельцев капитала, способствует сотрудничеству с международными компаниями.

Предприятия, которые впервые будут трансформировать отчетность за МСФО, могут столкнуться со многими трудностями.

Подготовка финансовой отчетности согласно МСФО предусматривает следующие этапы:

- разработка учетной политики с учетом требований МСФО;
- разработка плана счетов бухгалтерского учета, что позволяет формировать необходимые примечания к отчетности;
- разработка методов трансформации;
- классификация статей отчетности и отдельных операций, выходя из требований МСФО;
- подготовка пробного баланса и корректировка статей отчетности;
- составление международной отчетности на базе отчетности, составленной на основе П(С)БУ с учетом корректировок [2].

Основные формы финансовой отчетности, которые трансформируются согласно МСФО: баланс; отчет о финансовых результатах; отчет о движении денежных средств; отчет о движении капитала; примечания.

Вся бухгалтерская информация, сформированная согласно П(С)БУ, анализируется, и в соответствии с требованиями МСФО в нее вносятся необходимые корректировки и дополнительные проводки с целью доведения активов, обязательств и капитала к величине, по которой они должны отображаться согласно МСФО [1].

Наличие прозрачной и открытой финансовой отчетности за МСФО является необходимым условием для выхода на международные рынки капитала, способствует привлечению инвестиций и увеличивает качество и эффективность финансовых операций.

Подготовка финансовой отчетности и корректировка информации по данным статистической отчетности, которая подготовлена по МСФО, возможна двумя методами:

- методом трансформации;
- методом параллельного учета [2].

Метод трансформации состоит из нескольких этапов. Первый этап представляет собой перегруппировку статей бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, исходя из экономической сущности активов, обязательств, собственного капитала, доходов и расходов предприятия для приведения их в соответствие с требованиями МСФО. Второй этап состоит в определении перечня необходимых корректировок, в том числе на основе профессиональных суждений руководства предприятия. Третий этап предусматривает процедуру расчета сумм необходимых, корректировок статей баланса и отчета о финансовых результатах для преобразования их в формат МСФО.

Преимуществами использования метода трансформации являются: невысокие временные и финансовые затраты, простота осуществления процедуры, наглядность корректирующих записей.

Некоторые специалисты (Генералова Н.В., Голов С.Ф.) отдают предпочтение параллельному ведению бухгалтерского учета согласно национальным и международным стандартам. Указанный метод подразумевает отражение фактов хозяйственной жизни в регистрах бухгалтерского учета на пооперационной основе в соответствии с правилами МСФО. Таким образом, каждый факт хозяйственной жизни регистрируется дважды: первый раз в системе учета по П(С)БУ, второй – по МСФО. Обычно такой учет ведется с использованием специальной компьютерной программы. При вводе проводки один раз, результат ее попадает и в базу украинского учета, и в базу учета по МСФО. Однако не все операции можно автоматически разнести по двум базам из-за отличий принципов учета.

Достоинством внедрения параллельного учета является потенциально более низкий уровень риска неточной информации, отражаемой в финансовой отчетности, поскольку за каждой отчетной суммой стоит хозяйственная операция, отраженная по МСФО. Однако организация параллельного учета требует значительных дополнительных затрат на автоматизацию системы учета, а сам процесс занимает продолжительный период времени, т.к. затрагивает многие области финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

При первом применении МСФЗ необходимо:

- составление вступительного баланса согласно МСФО;
- составление баланса по МСФО на начало первого отчетного периода;

- составление финансовой отчетности за МСФО на отчетную дату.

Единственной методики проведения трансформации украинской отчетности в отчетность, соответствующую МСФО, нет. В каждом отдельном случае на нее влияет специфика финансово-хозяйственной деятельности, особенности организации бухгалтерского учета и учетная политика, наличие временных, финансовых ресурсов и квалифицированного в данной области персонала.

#### **Список использованных источников**

1. <http://www.nabu.com.ua/Analytics/MSFO.pdf>
2. [http://n-auditor.com.ua/uk/component/na\\_archive/457?view=material](http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/457?view=material)

*Чубка О.Ю.  
студентка 4 курса факультета экономики и управления  
Научный руководитель: Гноевая И.Н.  
Кременчугский национальный университет им. М. Остроградского  
(г. Кременчуг)*

### **Проблемы и пути уравнивания задолженностей бюджетных учреждений в Украине и Российской Федерации**

Создание бюджетных учреждений является одним из основных способов реализации государственных функций в сфере социально-экономической политики. Для эффективного выполнения возложенных на них задач необходимо иметь стойкую финансовую основу, что, в первую очередь, является собой оптимальное соотношение кредиторской и дебиторской задолженностей.

Целью данной работы является определение основных причин возникновения дебиторской и кредиторской задолженностей бюджетных учреждений, а также найти способы уменьшения и уравнивания их.

Основными причинами образования и роста задолженностей бюджетных учреждений Украины есть:

- нереальный бюджет, где отсутствуют средства в объеме, достаточном для достижения целей и заданий текущей политики. Вследствие этого бюджетные учреждения пытаются достичь своих политических целей, нарушая предусмотренные ассигнования;
- слабая финансовая дисциплина распорядителей бюджетных средств и отсутствие системного внутреннего контроля, которые приводили к отвлечению бюджетных средств и недостоверности учетных данных;
- система нормированного распределения средств;
- некачественный мониторинг и система контроля, которые не способны должным образом сдерживать бюджетные закупки, не способны выявить закупки, что происходят вне рамок официальной процедур. Такие явления наблюдаются в условиях ведения ручного управления, но они также встречаются и в системе автоматизированного управления при ослабленном контроле;
- недостаточность мониторинга и несовершенство форм финансовой отчетности относительно задолженностей, что препятствует эффективному управлению бюджетными средствами, и другие. [3, с. 101]

К проблемам бюджетного регулирования Российской Федерации можно отнести [1,5]:

- несбалансированность доходов и расходов территорий;
- односторонний характер бюджетного регулирования;
- отсутствие реальных возможностей маневрирования финансовыми ресурсами;
- проблемы, возникающие в результате несогласованности действий финансовых и кредитных организаций в ходе исполнения бюджетов;

- проблемы, вызванные ненадлежащим исполнением своих обязанностей бюджетополучателями и плательщиками доходов;
- распределение доходов между бюджетами всех уровней бюджетной системы Российской Федерации производится таким образом, что собственных доходов региональным и муниципальным бюджетам не хватает для того, чтобы качественно и полностью исполнять свои расходные обязательства;
- преобладающая зависимость нижестоящих бюджетов от ежегодно устанавливаемых нормативов отчислений от федеральных налогов и сборов.

К основным методам бюджетного регулирования относят [1]:

- нормативные отчисления от регулирующих доходов;
- субсидии, субвенции, дотации;
- бюджетные ссуды;
- средства, поступающие по взаимным расчетам.

Хоть эти методы и предназначены для поддержания нормального финансового состояния бюджетных учреждений, но они не могут полностью обеспечить это и имеют свои недостатки.

С целью уменьшения и уравнивания кредиторской и дебиторской задолженностей бюджетных учреждений можно прибегнуть к таким мерам:

- в целях избегания образования дебиторской задолженности осуществлять тщательный выбор поставщиков при заключении хозяйственных договоров [2];
- установление в учетной политике периода инвентаризации кредиторской задолженности, на основании результатов которой руководитель учреждения смог бы принимать меры по урегулированию (сокращению) кредиторской и дебиторской задолженности. В качестве периода инвентаризации лучше взять квартал (перед составлением квартальной отчетности) [4];
- разграничение доходов между бюджетами следует строить на основе четкого разделения налогов на две группы, включив в первую те виды налоговых поступлений, которые закрепляются за соответствующим бюджетом (полностью или в виде квоты), и, отнеся ко второй те налоги, которые используются для перераспределения в целях бюджетного регулирования [5];
- изменить ставки некоторых общеобязательных местных налогов и сборов (напр., снизить ставку налога на землю, платы за коммунальные услуги и т. д.);
- обеспечить периодическое поступление ассигнований в достаточном объеме для покрытия расходов учреждения;
- за счет перераспределения бюджетных ассигнований осуществить увеличение объемов финансирования тех государственных программ, по которым наибольший коэффициент задолженности учреждения;
- уменьшить, подробно дифференцировать проценты по кредитам для бюджетных учреждений;
- усовершенствовать систему контроля над использованием бюджетных средств.

Следовательно, ради обеспечения в дальнейшем эффективной деятельности бюджетного учреждения необходимо осуществлять жесткий контроль над использованием бюджетных средств и над соотношением дебиторской и кредиторской задолженностей в учете, а также нужно пересмотреть систему распределения доходов между бюджетами.

#### **Список использованных источников**

1. Бутакова О. В. Проблемы бюджетного регулирования на субфедеральном уровне [Электронный ресурс] / О. В. Бутакова // Проблемы совершенствования бюджетной политики регионов и муниципалитетов России и стран Северной Европы: материалы IV Международной научно-практической конференции, 26-28 мая. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2004. – 220 с. – Режим доступа: [http://openbudget.karelia.ru/books/conf4\\_t/11.htm](http://openbudget.karelia.ru/books/conf4_t/11.htm).



2. Контроль дебиторской и кредиторской задолженностей [Электронный ресурс] // Управление образовательным учреждением в вопросах и ответах. – 2012. – № 5. – Режим доступа: <http://www.menobr.ru/materials/164/29148/>.

3. Прохорова О.С. Некоторые вопросы учета дебиторской и кредиторской задолженности бюджетных учреждений / О.С. Прохорова // Вестник Бердянского университета менеджмента и бизнеса. – 2009. – № 3 (7). – С. 100-104.

4. Повышение ответственности руководителя бюджетного учреждения по контролю за состоянием кредиторской задолженности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [finexg.ru/povyshenie-otvetstvennosti-rukovoditelya-byudzhethnogo-uchrezhdeniya-po-kontrolyu-za-sostoyaniem-kreditorskoj-zadolzhennosti/](http://finexg.ru/povyshenie-otvetstvennosti-rukovoditelya-byudzhethnogo-uchrezhdeniya-po-kontrolyu-za-sostoyaniem-kreditorskoj-zadolzhennosti/).

5. Седельникова Р. И. Проблемы исполнения бюджетов субъектов Российской Федерации: региональный аспект: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. юрид. наук: спец. 12.00.14 «Административное право, финансовое право, информационное право» / Р. И. Седельникова. – М., 2010. – 22 с. – Режим доступа: <http://law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1370364>.

*Шестак А.В.*  
*студентка 4 курса факультета инновационной подготовки*  
*Научный руководитель Попова Т.Е., магистр экономики и управления*  
*ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления*  
*Академия управления при Президенте Республики Беларусь*  
*(г. Минск, Беларусь)*

### **Реформа упрощенной системы налогообложения для субъектов малого предпринимательства в Беларуси**

Определенные режимы налогообложения для малого бизнеса существуют во многих странах. Основная причина этого заключается в том, что существуют значительные различия в издержках уплаты налогов в зависимости от размера предприятия. Считается, что экономия на масштабе оказывает дискриминирующее воздействие на субъекты малого предпринимательства. Специальные режимы налогообложения позволяют снизить издержки малого бизнеса на уплату налогов и тем самым улучшить экономическую среду, и создают стимулы для его развития. Это особенно важно, поскольку малый бизнес является неотъемлемым сектором экономики: он более гибкий и быстрее приспосабливается к изменению рыночной среды по сравнению с крупными предприятиями. Развитие малого бизнеса позволяет также увеличить уровень занятости в экономике и, как следствие, сократить государственные расходы на выплату пособий по безработице.

Выделяют два основных подхода к налогообложению малого бизнеса. Первый подход заключается в использовании пониженных ставок по отношению к налоговой базе, определяемой в соответствии с общими правилами. Данная мера зачастую дополняется различными инвестиционными льготами и налоговыми каникулами. Второй и более распространенный подход предполагает использование специальных режимов налогообложения. Один из вариантов – введение различных упрощенных способов определения налоговой базы на основе фактических результатов деятельности предприятий (например, налогообложение доходов или валовой выручки). Другой вариант – вмененное налогообложение, предполагающее косвенную оценку потенциального дохода налогоплательщика и введение фиксированного налога, заменяющего один или несколько налогов. Как правило, данный вариант используется для обеспечения гарантированных налоговых поступлений от тех видов деятельности, при осуществлении которых легче всего уклониться от налогообложения.

В Беларуси специальный режим налогообложения для малого бизнеса включает упрощенную систему налогообложения и вмененное налогообложение.

Однако ни один из этих подходов не привел к улучшению экономической среды и созданию стимулов для развития малого предпринимательства. В итоге имеется незначительное количество малых предприятий, небольшая доля занятых людей на этих предприятиях в сравнении с наиболее успешными странами с переходной экономикой, а также неудовлетворительная динамика объема выпуска указывают на относительную невыгодность положения малого бизнеса в белорусской экономике. Налогообложение оказывает существенное влияние на положение субъектов малого предпринимательства, поэтому существует необходимость реформы системы налогообложения малого бизнеса в Беларуси.

Результаты опроса субъектов малого предпринимательства, проведенного Исследовательским центром Института приватизации и менеджмента в октябре 2013 г., показали, что действующая упрощенная система налогообложения не привела к улучшению экономической среды и созданию стимулов для развития малого бизнеса в Беларуси. Согласно данным опроса, налогообложение по-прежнему остается наиболее серьезной проблемой для субъектов малого предпринимательства. Среди общих проблем развития малого бизнеса, первое место занимает большое количество налогов, второе – частые изменения налогового законодательства и четвертое место – высокие налоговые ставки[1].

Создание эффективной упрощенной системы налогообложения, адекватной белорусским условиям и создающей стимулы для развития малого предпринимательства, является важной задачей правительства. В настоящее время действующая упрощенная система налогообложения оказалась практически невостребованной. Малый бизнес считает упрощенную систему невыгодной и предпочитает использовать общую систему налогообложения. Основными причинами этого являются: (1) высокая ставка налогообложения валовой выручки; (2) авансовый механизм уплаты налога; (3) освобождение от уплаты НДС при зачетном методе исчисления данного налога. Все это указывает на необходимость реформы действующей упрощенной системы налогообложения[2].

Исходя из этого, предлагается следующее. Во-первых, необходимо снизить ставку налогообложения валовой выручки с 10 до 8%, что позволит обеспечить сопоставимость упрощенной и общей систем налогообложения с точки зрения налогового бремени. Во-вторых, необходимо отменить авансовый механизм уплаты налога. Налог должен уплачиваться ежеквартально на основании фактических результатов деятельности предприятий, что позволит избежать значительного увеличения налогового бремени. Кроме того, данная мера позволит перейти к заявительному принципу использования упрощенной системы налогообложения. В-третьих, необходимо разрешить субъектам малого предпринимательства добровольно уплачивать НДС. В этом случае они должны платить налог с валовой выручки по ставке 6%. При этом база налогообложения должна уменьшаться на сумму НДС, исчисленного в установленном порядке. Это позволит создать равные условия для индивидуальных предпринимателей и малых предприятий, использующих упрощенную и общую системы налогообложения. По моим оценкам, реализация этих мер позволит повысить привлекательность упрощенной системы налогообложения для малого бизнеса и сделает ее сопоставимой с общей системой с точки зрения налогового бремени. В-четвертых, необходимо расширить сферу действия упрощенной системы налогообложения путем увеличения ограничения по среднемесячной численности работников до 25 человек (на 67%) и ограничения по валовой выручке до 30 000 базовых величин в год, что позволит перейти на использование данной системы малым предприятиям производственного сектора экономики и, кроме того, обеспечит пропорциональность этих ограничений. В-пятых, необходимо разрешить ведение бухгалтерского учета без двойной записи на основе Книги учета хозяйственных операций для всех индивидуальных предпринимателей и малых предприятий, использующих упрощенную систему налогообложения. Однако упрощенный учет не должен предполагать освобождения налогоплательщиков от обязанностей хранить счета-фактуры, квитанции и другую учетную документацию, необходимую для осуществления проверок налоговыми органами. Наличие адекватной доку-

ментации должно требоваться в качестве обязательного условия использования упрощенного учета. Выбор между учетом на основе двойной записи и упрощенной системой, предназначенной для малого бизнеса, должен осуществляться самими налогоплательщиками. Все это позволит реально упростить не только налогообложение и отчетность, но и бухгалтерский учет, что сделает упрощенную систему налогообложения более эффективной.

Реализация этих мер значительно улучшит экономическую среду и создаст стимулы для развития малого бизнеса. В то же время, в долгосрочном периоде недостатки налогообложения валовой выручки будут иметь весьма важное значение, так что альтернативным вариантом может стать переход к налогообложению доходов (потока денежных средств). Налогообложение доходов позволит избежать увеличения налогового бремени насубъектов малого предпринимательства, имеющих небольшую прибыль или же несущих убытки. Данный «страховой эффект» может перевесить большую нестабильность налоговых поступлений, поскольку в случае малых предприятий, в особенности в странах с переходной экономикой, риски и неопределенность являются намного более высокими.

#### **Список использованных источников**

1. Шкирман С.В. Все об упрощенной системе налогообложения – Минск: Издательство Гревцова, 2013. – 248с.
2. Тарасова В.Ф., Семькина Л.Н., Сапрыкина Т.В. Налоги и налогообложение: учебное пособие – М: КноРус, 2007. – 320с.

*Яковенко Я.Ю.*

*студентка 3 курса факультета экономики и управления*

*Научный руководитель: Касич А.А., д-р экон. наук, профессор,  
зав. кафедрой учета, анализа и аудита*

*Кременчугский национальный университет им. М.Остроградского  
(г. Кременчуг, Украина)*

#### **Социальная ответственность как элемент нефинансовой отчетности компаний**

Наряду с финансовой отчетностью корпорации в современных условиях составляют нефинансовую, в которой вопросы социальной и экологической ответственности занимают все более значимое место.

В связи с тем, что инструменты обнародования информации о компании довольно ограничены, а излишняя реклама в СМИ может спровоцировать недоверие потребителя, нефинансовые аспекты отчетности становятся ключевым преимуществом. Если ранее социальная ответственность компании ограничивалась нерегулярными благотворительными акциями, то сейчас внимание преимущественно акцентируется также на усовершенствовании качества продукции, внедрении энергосберегательных технологий, улучшении условий труда и социальной защищенности сотрудников.

**Цель статьи** заключается в обобщении существующих подходов к структуре отчетов об устойчивом развитии, их сравнении (на примере украинских компаний) и разработке рекомендаций по поощрению большего числа компаний к составлению нефинансовой отчетности. Для этого рассмотрим:

- существующие тенденции в сфере составления отчетов об устойчивом развитии компаний;
- преимущества отображения аспектов социальной ответственности в отчетности;
- возможные репутационные риски компаний.

Социальная ответственность бизнеса изначально трактовалась исследователями как партнерство в сфере социально-трудовых отношений [1]. Позднее данное понятие приобрело значение идеи устойчивого социально-экономического развития.

На данном этапе развития мировой экономики наблюдается **тенденция** неуклонного роста числа крупных компаний различных отраслей, которые стремятся к одновременному развитию производства, социальной сферы и окружающей среды. Наиболее часто стандартизация отчетов об устойчивом развитии происходит согласно системе отчетности GRI (The Global Reporting Initiative). Данная система стандартов насчитывает больше 70 показателей в области экономики, экологии производства и социальной ответственности. Существует 6 уровней применения GRI. Для уровня С или С+ (плюс обозначает прохождение отчетом внешнего подтверждения) не требуется предоставление сведений о подходах в области менеджмента, перечень элементов отчетности ограничен. Уровни В (В+) и А (А+) предполагают наличие сведений о подходах в области менеджмента, публикацию информации по 20 и более показателям результативности в сфере подходов к организации труда, экологии, экономике, ответственности за продукцию и пр., а для уровней А(А+) дополнительно предусмотрено использование понятия существенности показателей. По данным GRI [3], в 2013 году в мире насчитывалось более 5,9 тыс. организаций, составляющих финансовые отчеты по устойчивому развитию с учетом достижений в упомянутых сферах деятельности.

Следующая **тенденция** – увеличение расходов компаний на экологическую безопасность (в топ 10 экологически ответственных компаний в 2012 году [2] вошли Bayer, Nestle, BMW, Nokia Group, Panasonic и др., набравшие рейтинг в промежутке 95-100 баллов из 100).

Приоритетность социальной ответственности компаний в мире обусловлена усилением социальной ориентированности рыночной экономики и расширением возможностей устойчивого развития.

Как показывает мировая практика, начиная с 1970-х годов, использование КСО (корпоративной социальной ответственности) имеет ряд **преимуществ**: способствует прибыльности корпораций в долгосрочной перспективе, сокращая риски благодаря повышению репутации компаний в глазах общественности, уровня вовлеченности работников и повышения сбалансированности управления. Таким образом, социальная ответственность бизнеса является дополнительным стимулом эффективности труда.

КСО как обязательство является добровольной и не подчиняется законодательству. Вместе с тем, так называемая экономическая модель «мораль-успех-устойчивое управление» имеет ряд преимуществ, в числе которых: активное завоевание рынков сбыта благодаря отличительным этическим ценностям; создание собственной корпоративной культуры; привлечение новых сотрудников.

Рассмотрим схожие и отличительные черты структуры отчетов по устойчивому развитию крупных компаний Украины за последние 3 года (табл.1).

Таблица 1 – Социальные аспекты в нефинансовой отчетности предприятий

	Стратегия организации	Экономическая политика	Организация труда / социальная защита	Экологическая политика	Взаимодействие со стейкхолдерами	Корпоративная этика	Борьба с коррупцией	Поддержка проблемных социальных групп	Благодарность
Platinum Bank	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Эрнст энд Янг	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Метинвест	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
ДТЭК	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
Оболонь	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Источник: разработка автора

Для сравнения были выбраны 5 компаний из разных отраслей экономики: крупнейшая энергетическая компания Украины (ДТЭК), один из лидеров среди банков в области кредитования (Platinum Bank), представительство аудиторской фирмы (Эрнст энд Янг), пивоварный завод (Оболонь), компания по управлению предприятиями угольной, коксохимической, металлургической и др. отраслей (Метинвест).

Следует отметить, что изученные отчеты преимущественно принадлежат к уровню В применения стандартов GRI. При этом проверка отчетности третьей стороной (что не является обязательным условием) была проведена только одной компанией (ДТЭК), благодаря чему отчет об устойчивом развитии этой компании классифицируется как соответствующий уровню В+. Проведенный анализ отчетов об устойчивом развитии компаний свидетельствует о поддержке руководством таких аспектов социальной ответственности как экологическая политика, поддержка проблемных социальных групп, организация труда и социальная защита, благотворительность.

Как видно из табл.1, крупные отечественные компании преимущественно уделяют внимание проблемам социальной защищенности сотрудников, экологии, корпоративной этике, а также вопросам внешнего взаимодействия. Однако лишь часть компаний уделяет должное внимание борьбе с коррупцией и поддержке проблемных социальных групп. Таким образом, наблюдается стремление компаний предоставлять обширную информацию об менее расходных категориях отчетности.

Следует также учитывать, что составление социальных отчетов может повлечь за собой **репутационные риски**. В связи с этим составление социальных отчетов на данном этапе развития характерно для крупнейших в своих отраслях компаний Украины. Рисками в случае решения составления отчетов об устойчивом развитии являются: восприятие нефинансовой отчетности как таковой, что противоречит целям и характеру бизнеса; контроверсионность основного вида деятельности (например, изготовление алкогольных и табачных изделий). Кроме того, создание первого социального отчета предполагает существование практики ежегодного проведения благотворительных и социально ответственных мероприятий, что свойственно далеко не всем крупным украинским компаниям.

Инструментами решения изложенных проблем могут стать:

- поддержка социально ответственных проектов корпораций на государственном уровне;
- популяризация сертификации систем производства и менеджмента;
- привлечение бизнес-структурами социального инвестирования.

Таким образом, нефинансовая отчетность, в которой важное место занимают достижения в области экономики, экологии производства и социальной ответственности, являясь инструментом прозрачности и подотчетности компаний, способна улучшить прибыльность компании в долгосрочном плане, обеспечив ряд преимуществ в виде укрепления репутации и узнаваемости торговой марки.

#### **Список использованных источников**

1. Bowen, H. Social Responsibilities of the Businessman/ H. Bowen. N. Y. : Harper and Row, 1953.
2. Business resilience in an uncertain, resource-constrained world. CDP Global 500 Climate Change Report 2012 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.cdp.net/CDPResults/CDP-Global-500-Climate-Change-Report-2012.pdf>
3. Global Reporting Initiative (GRI). Sustainability Disclosure Database. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://database.globalreporting.org/>

*Алексеева К.М.*

*студентки 2 курса экономического факультета*

*Научный руководитель: Вотинцева Н.Н., канд. филос. наук, доцент*

*Пермский институт экономики и финансов*

*(г. Пермь)*

#### **Философское осмысление понятия «счастья»**

С древности и до наших дней категория счастья была и есть в центре горячих споров. Каждый человек имеет своё представление о счастье: для одних – это материальное благополучие, для других – наличие смысла в жизни, для третьих – это сочетания множества различных факторов: положительных эмоций, межличностного общения, здоровья и др. Если мы довольно четко можем определить, что есть несчастье, то дать определение счастью гораздо сложнее. Не вызывает сомнений тот факт, что каждый человек понимает счастье по-своему и по-своему стремится достичь его. Вся жизнь человека – это естественное стремление к счастью. И хотя счастье многими понимается как смысл человеческой жизни, то, к чему человек стремится всю свою жизнь, тем не менее, единства в понимании счастья нет до сих пор. Что же такое счастье?

Целью данной работы является философское осмысление понятия счастья.

Обычно счастьем называют высшее состояние радости, чувство упоения от обрётённости предмета сильного желания, восторженной (глубокой) удовлетворённости от того, что цель достигнута. Поскольку желания и цели у людей различны, то и счастье понимается по-разному. Представления человека о счастье входят в смысло-жизненную систему его ценностей и выражают его сущностное отношение к миру.

Одно из распространённых определений счастья – это психологическое состояние, при котором человек испытывает внутреннюю удовлетворённость условиями своего бытия, полноту и осмысленность жизни, и осуществление своего назначения [1].

Вплоть до сих пор феномен счастья изучается философией, этикой и психологией. Счастье – плодотворный поиск самого себя, самореализация. Часто отождествляемое со счастьем желание любви есть не что иное, как поиски человека, который помог бы нам открыть лучшее в нас. В этом смысле несчастной любви не бывает [3]. Любовь в понимании Платона – восхождение от физиологического влечения (чувственной красоты) к красоте души и духа – энтелехии. Любовь – стремление к идеалу.

Когда мы ведем речь об этических категориях, то в качестве специфических особенностей выделяем их оценочный, императивный, мотивирующий характер. В каждой категории – оценка, мотивация, поведение – связаны своеобразно. Каково же их взаимоотношение в категории «счастье»?

В осознании вопросов счастья проявляется вся личность человека в целом: эмоциональная, волевая и интеллектуальная её часть. Поэтому, в философском аспекте: счастье – поиск истины, реализация своих творческих потенций.

С категорией «счастье» тесно связано понятие «смысл жизни» [2]. Если смысл жизни – это объективная оценка значимости существования человека, то счастье – это сопровождающееся чувство глубокой моральной удовлетворенности, личностное переживание полноты своего бытия, результатов своей жизнедеятельности.

Существовали и существуют различные исторические концепции – от Древней Греции до наших дней, – которые предлагали различные модели смысла жизни исходя из содержания общечеловеческих ценностей:

- гедонизм (от. греч. наслаждение) – смысл жизни в получении максимума наслаждений;
- эвдемонизм (от. греч. счастье) – смысл жизни в том, чтобы быть счастливым;
- утилитаризм (от. лат. польза) – смысл жизни в стремлении к личной выгоде и пользе;
- прагматизм (от. греч. действие, практика) – смысл жизни связывается с богатством, стремлением к обладанию вещами, комфортом, престижем;
- корпоративизм (от. лат. объединение, сообщество) – смысл жизни связывается с общностью интересов ограниченной группы людей, преследующей частные интересы;
- перфекционизм (от. лат. совершенство) – смысл жизни связывается с личным самосовершенствованием;
- гуманизм (от. лат. человеческий) – смысл жизни связывается со служением другим людям, любовью к ним, с уважением к человеческому достоинству и с заботой о благе людей.

Смысл – это объективная наполненность, содержательный критерий жизни; осмысленность – это субъективное отношение к жизни, осознание ее смысла. Жизнь индивида может иметь смысл, независимо от осмысления.

Объективно смысл жизни человека реализуется в процессе его жизнедеятельности, протекающей в разных сферах. Поэтому он может выступать как спектр смыслов и целей. Но в любом случае человек должен состояться, иметь возможность представить себя миру, выразить свою сущность.

По мнению Э. Фромма, для того чтобы человек был счастлив, он должен не иметь, а быть – быть нравственно автономной, самодостаточной личностью, отличающейся определенными моральными качествами [7]. Поэтому счастье – это осуществление внутренней свободы, процесс реализации глубочайшего личного «хотения». Можно выделить необходимые условия счастья: как объективные, так и субъективные. К объективным условиям относится удовлетворение основных жизненных потребностей человека. Поэтому материальное благополучие и жизненный комфорт – еще не счастье, а лишь условие счастья. К субъективным – внутренняя готовность и способность личности к счастью – своего рода талант, в котором проявляется глубина и яркость личности, ее внутренняя энергия. В конечном счете, это нормальное состояние человека. И поэтому отказ от счастья есть предательство личности, подавление в себе собственной индивидуальности, а утрата способности к счастью – показатель деградации личности, душевного хаоса, неспособности найти главную линию в жизни. Итак, для счастья необходимы следующие условия:

- оптимальное удовлетворение материальных потребностей;
- самореализация личности через профессиональную деятельность, признание обществом, межличностное общение.

Счастье не есть безмятежность и спокойствие, оно всегда сопряжено с борьбой – преодолением тех или иных обстоятельств. Переживание полноты бытия, достижение глубокого внутреннего удовлетворения невозможно без преодоления собственной инертности, пассивности, внешних обстоятельств, наконец, без преодоления «самого себя» [6].

Рождается широкий спектр вопросов о совпадении или приближении объективных и субъективных сторон в понимании и объяснении счастья. Совсем не уровень благополучия делает счастье людей, а – отношения сердец и наша точка зрения на нашу жизнь. И то и другое – все в нашей власти, а значит, человек всегда счастлив, если он хочет этого, и ничто не может ему помешать. Скорее всего, каждый человек заслуживает того, чтобы быть счастливым.

Наблюдение реального мира демонстрируют разные варианты того, как человек становится счастливым. Одна из интереснейших тем, оставленная нами для дальнейшего рассмотрения, – это проблема соотношения добра и зла в понимании «счастья», например, может ли быть счастлив человек, совершающий зло? Или по-настоящему счастлив может быть только добрый и нравственный человек?

Практическая значимость данной работы заключается в том, что материал, изложенный в ней, способен не только обогатить знаниями в области теоретического осмысления понятия «счастье», но и послужить основой для проведения ряда мероприятий по данной тематике в рамках ПИЭФ.

#### **Список использованных источников**

1. Вейсс Ф.Р. Нравственные основы жизни / пер. с фр. / Ф.Р Вейсс. – Мн.: Юнацтва, 1994. – 125 с.
2. Жуховицкий Л.А. Счастливыми не рождаются. / Л.А. Жуховицкий – М.: Политиздат, 1983. – 368 с.
3. Зеленкова И.Л. и др. Этика: Учебно-методическое пособие. / И.Л. Зеленкова – Мн.: Універсітэцкае, 1994. – 588 с.
4. Зеленкова И.Л. Основы этики: Учебное пособие. / И.Л. Зеленкова – Мн.: ТетраСистемс, 1998. – 496 с.
5. Зеленкова И.Л., Беляева Е.В. Этика: Учебное пособие и Практикум. / И.Л. Зеленкова – Мн.: НТООО «ТетраСистемс», 1997. – 122 с.
6. Климашевская И. В. Счастье и смысл жизни. / И.В. Климашевская – М.: Народная асвета, 1986. – 312 с.
7. Фромм Э. Иметь или быть? / Эрих Фромм. – М.: Прогресс, 1986. – 238 с.

*Алиев Р.З.  
студент 2 курса, специальность «Банковское дело»  
Научный руководитель: Горохова О. Н., преподаватель  
Финансово-экономический колледж  
(г. Пермь)*

#### **Национальная специфика стереотипов современных студентов**

Характерными чертами современного мира являются, во-первых, подъем национального самосознания, появление интереса к культуре, традициям и образу жизни своего народа, во-вторых, активизация деятельности националистических движений и межнациональная напряженность (примерами могут служить массовые шествия русских националистов «Русский Марш» в День Народного Единства и действия националистов-экстремистов в Киеве в начале 2014 года). Студент воспринимает мир, учится жить в нем и понимать явления окружающей действительности посредством модели, созданной с помощью родного языка. Национальный язык отражает, формирует и хранит стереотипные представления о национальных характерах.

Национальный стереотип определяют как «обобщенно-типичные представления одного народа о другом или о самом себе» [1, с. 20].

Национальные стереотипы как объект исследования привлекали к себе внимание многих современных ученых из разных областей наук: У. Липпмана, И.С. Кона, Ю.А. Сорокина, И.Ю. Марковину, А.В. Павловской, Н.В. Уфимцева, В.В. Красных и др.

Объектом нашего исследования стали национальные стереотипы русских и иностранных студентов.

Предметом исследования стала национально-культурная специфика стереотипов русских и иностранных студентов по отношению к себе и другим национальностям.

Цель исследования – выявить фрагмент корпуса национальных стереотипов современного студента.

К числу исследовательских задач относятся:

1. изучить литературу по теме;



2. с помощью экспериментальной методики выявить корпус стереотипов, воспроизводимых современными студентами;
3. составить список национальных стереотипов и представить их классификацию;
4. сопоставить национальные стереотипы русских и иностранных студентов по отношению к себе и другим национальностям;
5. проследить динамику изменений национальных стереотипов у русских студентов.

Для решения поставленных задач использовались следующие методы: анализ научных источников, ассоциативного эксперимента, количественного анализа, сравнение и обобщение.

В качестве материала исследования использовался корпус ответов-ассоциаций из 898 единиц, полученных в 2012, 2013 и 2014 годах от студентов Финансово-экономического колледжа (г. Пермь) и студентов Эдинбургского университета (Великобритания).

В свободном ассоциативном эксперименте приняли участие 94 человека: 88 студентов пермского колледжа (34 юноши и 54 девушки); 6 студентов Эдинбургского университета (2 юноши и 4 девушки) в возрасте 16-24 лет. Студенты Эдинбургского университета являются гражданами разных стран: Англии, Ирландии, США и Испании.

Студентам необходимо было, во-первых, указать в каких странах они бывали, во-вторых, написать первые, приходящие в голову прилагательные, характеризующие человека определенной национальности. Для выполнения этого задания предлагались стимулы: русский, украинец, немец, англичанин, француз.

Материал показал, что многие студенты побывали в разных странах и имеют личное мнение о том или ином народе.

На первом этапе полученный экспериментальный материал был представлен в виде электронной базы данных, в которой фиксировались его количественные признаки.

На втором этапе мы классифицировали ответы. Национальные стереотипы классифицировались по разным основаниям: по наличию положительной/отрицательной коннотации (*добрый/злой, хороший/плохой* и т.д.); по внешним признакам (*большой/маленький, толстый/худой* и т.д.); по интеллектуальным признакам (*умный/глупый, мудрый, тупой* и т.д.) и др.

Наш материал показывает, что в качестве характерных черт стереотипа русского человека студенты Финансово-экономического колледжа отмечают *красоту, душевность, доброту, силу, ум и пьянство*. Набор характеристик, приписываемых этнической группе русских, имеет общую положительную направленность.

У иностранных студентов сложилось настороженное отношение к русским. Ответов с положительной коннотацией всего 2: *дружественный* и *гостеприимный*. Общее мнение о русских отрицательное (66%): *пьяный, невежливый, страшный, суровый*. Возможно, на это повлияли десятилетия «холодной войны» и западные фильмы, в которых Россия часто ассоциируется с мафией, алкоголизмом и агрессией.

Мнение русского студента об украинце имеет общую положительную направленность: *смешной, усатый, весёлый, добрый* и др. (по данным 2012, 2013 гг.). Набор положительных характеристик украинцев во многом совпадает с характеристиками русского человека (*примерно как русский*). Большинство русских считают украинцев «братьями славянами». Это обусловлено историческими причинами. Этноним «русский» – общее самоназвание всего славянского населения Древней Руси, коренное имя не только современных русских, но и в такой же степени украинцев и белорусов.

Однако, материал, полученный в феврале 2014 года, показывает изменение стереотипа украинца у русских студентов. Возможно, это связано с революционными событиями, происходящими на Украине в январе-феврале 2014 года и интенсивно описываемыми в СМИ. Каждая новая порция информации приводила к небольшому изменению содержания стереотипа об украинцах. В результате некоторые студенты начали сомневаться в правильности своих стереотипов и не смогли написать прилагательные, характеризующие

украинца (10%). Современные стереотипные представления русских об украинцах: *дерзкий, вспыльчивый, озлобленный, свободный, воинственный, революционный*.

Иностранные студенты воспринимают украинца отрицательно. Среди ответов нет ни одного положительного или нейтрального: *бедный, грустный, пьяный, радиоактивный*. Вероятнее всего в сознании иностранцев образ украинца прочно связан с Чернобыльской катастрофой.

Немцев русские студенты часто характеризовали отрицательно. Примеры ассоциаций с отрицательной направленностью: *агрессивный, жестокий, опасный, черствый, фашистский*. Возможно, это связано с «образом врага», сформированным в Великую Отечественную войну. Исследователь Е.С. Сеньявская справедливо говорит, что любая война после своего окончания продолжает существовать в памяти непосредственных участников, современников, ближайших потомков носителей экстремального военного опыта и может закрепляться в официальном дискурсе на протяжении жизни нескольких послевоенных поколений [2, www].

Напротив, иностранные студенты в основном характеризуют немца с положительной стороны (72%): *эффективный, серьезный, необычный*.

Интересно, что и русские и иностранные студенты отзываются о немце как о «чужом», противопоставляя с собой: *нерусский, необычный*. Национальное самосознание не может существовать автономно, без соотнесенности, сравнения «себя» с «другими». В определенном смысле ощущение этнической идентичности – это фиксация различия «мы» – не «они». Это различие зафиксировано в русском фольклоре – «Что русскому хорошо, то немцу смерть».

Основными чертами стереотипа англичанина, по мнению русских студентов, являются *ум, красота, доброта и воспитанность*. Кроме этого этой национальности приписывается *порядочность, аккуратность, галантность, безэмоциональность, традиционность*, с одной стороны, и *хитрость, злость, несерьезность* с другой. В наборе характеристик, приписываемых этнической группе англичан, доминируют слова с положительной коннотацией. Студенты Эдинбургского университета описывают англичанина как *пунктуального, вежливого, неоткрытого и скучного*.

В число наиболее воспроизводимых черт стереотипа француза входят *романтичность, любвеобильность, красота и элегантность*. Набор характеристик, приписываемых этой этнической группе, также имеет общую положительную направленность и включает слова *воспитанный, восторженный, интеллигентный, нежный, ласковый, милый, страстный, прекрасный, модный* и др. У национального стереотипа француза есть и свои «минусы» – русские студенты отмечают *болтливость и надоедливость*, а иностранные студенты – *убогость и лень*.

Результаты работы расширяют понимание сущности национальных стереотипов и могут помочь прогнозировать социальную ситуацию, своевременно реагировать на существующие противоречия, находить оптимальные пути урегулирования межнациональных конфликтов. Материал позволяет наблюдать особенности трансформации национальных стереотипов в современной России.

#### **Список использованных источников**

1. Гудков, В.П. Стереотип России и русских в сербской литературе / В.П.Гудков // Вестник Московского Университета. Серия 9. Филология. – 2001. – № 2. – С.20-24.
2. Сеньявская Е.С. Психология войны в XX веке: Исторический опыт России. [Электронный ресурс]. – М.: РОССПЭН, 1999. – Режим доступа: [http://modernlib.ru/books/senyavskaya\\_elena/psihologiya\\_voyni\\_v\\_xx\\_veke\\_istoricheskiy\\_opit\\_rossii/read/](http://modernlib.ru/books/senyavskaya_elena/psihologiya_voyni_v_xx_veke_istoricheskiy_opit_rossii/read/).

## **История города Краснокамск как отражение истории страны**

Каждый из нас рождается в большом или маленьком городе и часто даже не задумывается об истории своей «малой Родины». Нам не хватает времени, чтобы почитать книги, сходить в музей или библиотеку, а, тем не менее, даже самый «незаметный» населенный пункт имеет свою историю возникновения и существования.

Цель работы – создать путеводитель по историческим местам г. Краснокамска, которые являются и отражением истории России.

Задачи работы:

- изучить факты и события истории г. Краснокамск;
- проследить взаимосвязь истории города с историей страны.

Город Краснокамск расположен на правом берегу реки Камы в 47 километрах ниже краевого центра. Территория города занимает выгодное географическое положение в центральной части Пермского края. Вблизи города проходят железнодорожные и автомобильные магистрали, связывающие западную и восточную части страны. Численность населения составляет более 70 тысяч человек.

История основания города связана с развернувшимся в 30-е годы 20 века строительством крупнейшего по тем временам в Европе Камского целлюлозно-бумажного комбината. Комбинат стал очередной ударной комсомольской стройкой страны. В 1930-е гг. СССР представлял собой одну большую стройку, Урал не стал исключением и именно благодаря комбинату и возник наш город.[2, с.10] Статус города Краснокамск получил 07 октября 1938 г.

Но развитию города в первое десятилетие его существования помешала Великая Отечественная война.

Краснокамск находился за тысячи километров от линии фронта, но пламя войны опалило судьбы всех его жителей, болью отозвалось в судьбах последующих поколений.

Жители города уходили на фронт, отказываясь от производственной «брони». 28 марта 1943 года 115 жителей города были зачислены в знаменитый Уральский добровольческий танковый корпус.

О войне в городе напоминает скромная мемориальная доска на здании школы № 8. На ней надпись, что в годы Великой Отечественной войны здесь был госпиталь. Это был эвакогоспиталь № 1323. [2, с. 30-32] Действовал он вплоть до октября 1945 года. Краснокамский госпиталь был одним из лучших в области, многие сотрудники были награждены орденами и медалями.

Не все вернулись из госпиталя на фронт или домой. 31 боец остался лежать на Никитинском кладбище нашего города. Шли годы, и рабочие Камского комбината решили увековечить память о всех краснодарцах, внёсших свой вклад в дело Победы над фашистской Германией. Этим памятником стал парк Победы. Рабочие разбили площадку и посадили её берёзами, яблонями и другими деревьями. Было решено сделать перезахоронение воинов с Никитинского кладбища и создать скульптурную композицию, центром которой стал Вечный огонь и фигура солдата, склонившегося в скорбном молчании. Эта архитектурно-скульптурная композиция была создана В.А. Чествиловым в 1968 году. Она называется «Клятва солдата».

В 1934 г. на территории комбината при бурении на воду И.М.Пичугиным была найдена нефть. В декабре 1942 года на Краснокамском нефтепромысле впервые отечественной практике, да и во всем мире осуществлена добыча нефти при наклонном бурении сква-

жин. Появилась хорошая возможность добывать нефть из-под промышленных, бытовых строений, заболоченных мест.

В 1943 г. вступил в строй Краснокамский нефтеперерабатывающий завод, таким образом, город стал одним из нефтедобывающих центров.

История страны откладывает отпечаток не только на историю города, поселка, деревни, но и на судьбы людей и каждой семьи. Не прошли стороной для краснокамцев и годы репрессий. 30 октября 2003 г. в День памяти жертв политических репрессий, в Краснокамске состоялось открытие памятника нашим репрессированным землякам. Новый памятник установлен в сквере на проспекте Мира – на месте бывшего памятника вождю мирового пролетариата. Это гранитная глыба, привезенная из Заполярья, на которой высечены слова: «Жертвам политических репрессий». В тридцатых годах 400 строителей города были расстреляны, тысячи репрессированных погибли в сталинских лагерях. Памятник напоминает нам о тех далеких и трудных временах.

26 апреля 1986 года произошла одна из самых страшных катастроф современного мира – разрушение четвёртого энергоблока Чернобыльской атомной электростанции, расположенной на территории бывшей Украинской ССР (ныне – Украина). Для ликвидации последствий были мобилизованы все силы страны, более 600 тыс. человек участвовали в ликвидации последствий аварии, в том числе и жители Краснокамска. Поэтому, не случайно в городе был установлен памятник жертвам радиационных катастроф, участникам испытания ядерного оружия.

После распада Советского Союза в России начинается возвращение к духовности, к православию, восстанавливаются храмы, не стал исключением и Краснокамск. 14 октября 1994 г. состоялась закладка церкви Святой Великомученицы Екатерины, который сегодня является символом города.

В последние годы в Краснокамске, также как и во многих других городах, в том числе и в Перми появляются интересные и необычные памятники. Одним из самых интересных, необычных является памятник глобусу. Флаг с надписью «Краснокамск» разместился ровно на северном полюсе, так что жителей города можно считать немножко полярниками.

Краснокамск, который по итогам конкурса стал «Центром культуры Пермского края-2013», готовится к открытию нескольких знаковых для города культурных объектов.

Таким образом, история страны отражается и в истории таких «скромных» городов как Краснокамск. Результатом работы стало создание путеводителя по истории Краснокамска, в котором представлены памятные места города, являющиеся отражением истории России.

#### **Список использованных источников**

1. Город моей судьбы: Краеведческий сборник. Архивы свидетельствуют...; воен. госпиталь в Краснокамске; Роль рос. немцев в становлении и развитии нашего города / Управ. культуры администрации; Архив. отдел администрации; ЦГБ; Город. клуб краеведов «Родник». – Краснокамск, 1998. – 47с.

2. Город под соснами: Краснокамск 70 лет. – Пермь, 2008. – 138с. (Юбилейное изд.)

3. Молодой город Краснокамск // География Пермской области. – Пермь, 1979.- С.93

4. Нам есть чем гордиться: [о Краснокамском муниципальном образовании] // Сельское Прикамье. – Пермь, 2000 – С.160-161

5. Наш отчий край Краснокамск: времена и судьбы: Журнал-газета Пермского края. – Краснокамск, 2005. – 110 с.

6. Николаев, С.Ф. Краснокамск / С.Ф.Николаев. – Пермь: Кн.изд-во, 1960. – 79 с.

7. Палкина, Г.А. Краснокамск / Г.А.Палкина. – Пермь Кн.изд-во, 1988. – 246 с.

8. Памятные даты из истории Краснокамска. 1929-1987: сборник. – Краснокамск, 1987. – 45 с.

9. Победители. Краснокамск / Авт.-сост. М.И.Лабутин, Т.В.Холодницкая. – Краснокамск, 2-1-. – 224 с.: ил.
10. Шилова, Н.Г. Любимый город: истоки и судьбы: Записки краеведа / Н.Г.Шилова; сост. Нижегородова З. – Краснокамск, 2004. – 58 с.
11. «Это люди твои, Краснокамск» – Краснокамск, 2007 – 224 с.

*Глаголева Ю.С., Хомякова А.А.  
студентки 5 курса факультета профессиональной подготовки  
Научный руководитель: Щербакова Е.В., канд. психол. наук,  
доцент каф. экономики, управления и предпринимательства  
Чайковский филиал  
Пермского национального исследовательского политехнического университета  
(г. Чайковский)*

### **Установки студентов на вторичную занятость**

На сегодняшний день чрезвычайно актуальной становится проблема занятости студентов. Речь идет о больших объемах вторичной занятости в течение учебного года, когда наряду с основным видом деятельности – получением образования студенты выполняют различные виды работ за деньги. Вторичная занятость студентов неоднозначно связана с учебным процессом: с одной стороны, дополнительная работа позволяет студентам получить профессиональный или около профессиональный опыт, и способствует социализации, с другой стороны, работа отвлекает от учебы, вынуждает пропускать занятия и мешает хорошо учиться.

Низкий уровень жизни и высокая плата за обучение зачастую вынуждает студентов работать в ущерб учебе. В сложившихся экономических условиях, увеличение числа работающих студентов происходит не только за счет роста вторичной занятости учащихся, но и за счет увеличения количества студентов, которые оставили учебу, чтобы работать.

**Цель** – изучить установки на вторичную занятость студентов дневного отделения ЧФ ПНИПУ.

#### **Задачи:**

- изучить мотивы занятости студентов,
- выявить социальные факторы вторичной занятости,
- выявить влияние вторичной занятости на академический процесс,
- изучить соответствие работы студентов, их учебной специальности.

**Предметом** исследования является занятость студентов дневного отделения.

**Объектом** исследования являются студенты дневного отделения ЧФ ПНИПУ, возраст от 19 до 23 лет.

#### **Результаты и их обсуждение**

В социологическом исследовании приняло участие 40 человек. Из них 65% женщин и 35% мужчин. Большинство из них (47.5%) обучаются на 4 курсе и 40% обучаются на 5 курсе. 51% опрошенных получает стипендию, из них 58% не совсем удовлетворены ей.

Социальные факторы вторичной занятости.

37,5% опрошенных студентов живут с родителями, по 12,5% снимают жилье и живут в собственной квартире. 45% старшекурсников постоянно получают материальную поддержку от родителей, еще 17,5% получают материальную поддержку время от времени и лишь 7% студентов ответили что совсем не получают материальной помощи от родителей.

Большая часть опрошенных старшекурсников работает в течении семестра ( 60%). 40% опрошенных студентов не работает. Но большинство из них (87.5%) хочет найти работу.

Мотивы занятости

В большей мере работающих старшекурсников подталкивает к поиску работы желание иметь свои собственные деньги (65% опрошенных ) и стремление к самореализации (55% опрошенных). Менее значимые мотивы: «необходимость обеспечивать себе средства для существования» (42%), а так же то, что работа позволяет устанавливать контакты и налаживать связи, которые могут пригодиться в будущем (35% опрошенных). «Необходимость платить за жилье» в качестве мотива занятости назвали 15% студентов; «необходимость материальной поддержки родителей» актуальна для 10% опрошенных студентов.

**Влияние вторичной занятости на академический процесс**

Большинство студентов не имеют определенного времени подработки, работая и на каникулах и в течение семестра. Из-за работы 40% студентов пропускали занятия в течение последнего семестра.

Неработающие студенты среди причин, являющимися наиболее важными в решении не совмещать учебу и работу, отметили: что работа мешает успешной учебе (75%); не хватает времени на работу (62,5%); сложно найти работу (25%); нет желания 10%.

Соответствие работы студентов, их учебной специальности: 65% опрошенных работают не по специальности.

Среди причин решения о совмещении учебы и работы наиболее важными для опрошенных являются: работа как способ собственной самореализации (33%); желание иметь собственные деньги(29%); желание улучшить материальное положение своей семьи(25%); работа, как способ обретения независимости от родителей(21%).

Таким образом:

Большинство старшекурсников получают материальную поддержку от родителей. Установки на вторичную занятость незначительно связаны с социальными условиями: большинство студентов работают или хотели бы работать независимо от материальной поддержки со стороны родителей. В зависимости от материальных условий, работа рассматривается как средство обеспечения своего существования и даже материальной поддержки родителей, или как средство обеспечивающие материальную независимость от родителей.

В большей мере работающих старшекурсников подталкивает к поиску работы желание иметь свои собственные деньги (65%) и стремление к самореализации (55%). Работа как средство существования необходима для 42% студентов.

Вторичная занятость студентов оказывает скорее негативное влияние на академический процесс. 40% студентов пропускали занятия в течении последнего семестра из-за работы. Основной причиной не совмещать работу и учебу для большинства не работающих студентов является то, что работа мешает успешной учебе, а также нехватка времени. Возможно, это связано с собственным опытом или личными наблюдениями опрошенных.

В основном студенты трудоустраиваются в ходе учёбы не по специальности. Однако большинство опрошенных студентов рассматривает работу как способ самореализации, третья часть работающих рассматривает работу как способ устанавливать контакты и налаживать связи, которые могут пригодиться в будущем. Работают для материальной поддержки своих семей 25% опрошенных, в тоже время, решение о совмещении учебы с работой по экономическим причинам в общей сложности принимают еще 50% студентов.

#### **Вопросы анкеты**

1) Ваш пол? 1. Мужской 2. Женский

2) Ваш возраст? (укажите полное число лет цифрами) \_\_\_\_\_

3) Ваш курс обучения? 1 2 3 4 5

4) Получаете ли Вы стипендию?

1. Да, получаю обычную стипендию

2. Да, получаю повышенную стипендию

3. Нет, не получаю стипендии

5) Удовлетворены ли Вы размером получаемой стипендии?

1. Вполне удовлетворен
2. Скорее удовлетворен
3. В чем-то удовлетворен, в чем-то нет
4. Скорее не удовлетворен
5. Совершенно не удовлетворен

6) Вы живете...

1. С родителями
2. В общежитии
3. Снимаю жилье
4. В собственной квартире/доме

7) Получаете ли Вы от родителей материальную поддержку?

1. Получаю постоянно
2. Получаю время от времени
3. Почти не получаю
4. Совсем не получаю

8) Работаете ли вы? (в данный период времени)

1. Работаю постоянно
2. Подрабатываю время от времени
3. Не работаю

9) Хотели бы Вы найти работу?

1. Да 2. Нет

10) Что в большей мере подталкивает Вас к поиску работы?

(можете отметить несколько вариантов)

1. Желание иметь свои собственные деньги
2. Необходимость обеспечивать себе средства для существования
3. Работа позволяет устанавливать контакты и налаживать связи, которые могут пригодиться в будущем
4. Необходимость материальной поддержки родителей
5. Стремление к самореализации
6. Необходимость платить за жилье
7. Другое \_\_\_\_\_

11) Вы обычно подрабатываете...

1. На каникулах
2. Во время семестра
3. Нет определенного времени

12) Вы работаете...

1. по специальности
2. по смежной специальности
3. не по специальности

13) Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных ниже причин для Вас являются наиболее важными в решении совмещения учебы и работы?

(можете отметить несколько вариантов)

1. Желание улучшить материальное положение своей семьи
2. Желание приобрести опыт по будущей специальности
3. Необходимость платить за учебу
4. Работа как способ собственной самореализации
5. Желание иметь свои личные деньги
6. Работа, как способ обретения независимости от родителей
7. Желание иметь расширить свой круг общения
8. Заработать необходимые деньги для оплаты жилья
9. Другое \_\_\_\_\_

14) Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных ниже причин для Вас являются наиболее важными в решении не совмещать учебу и работу? (можете отметить несколько вариантов)

1. работа мешает успешной учебе
2. не хватает времени на работу
3. нет материальной необходимости
4. сложно найти работу
5. нет желания

15) Приходилось ли Вам в течение этого семестра пропускать занятия из-за работы?

### **Список использованных источников**

1. Герчиков, В.И. Феномен работающего студента вуза.// СОЦИС – 1999 -№8, С. 87-94, Режим доступа: <http://ieie.nsc.ru/~rokos/nesch/index.html>
2. Пашнина, И.А. Работа и трудоустройство в восприятии студентов.// СОЦИС – 2000 – №1 – С. 130-133.
- 3.«Студенты-пятикурсники о проблемах своего трудоустройства»: результаты исследования. Режим доступа: <http://www.univer.kharkov.ua>

*Завьялова М.Д.  
студентка 2 курса, специальность «Туризм»  
Научный руководитель: Горохова О. Н., преподаватель  
Финансово-экономический колледж  
(г. Пермь)*

### **Психографология (практический аспект)**

Русский поэт и прозаик Серебряного века, видный деятель русского авангардного искусства, Велимир Хлебников писал: «Почерк писателя настраивает душу читателя на одно и то же число колебаний». Рукописный текст содержит дополнительную информацию о процессе создания произведения (о порядке и динамике его формирования, различных вариантах и ассоциациях, возникавших у автора) и о самом поэте (об особенностях его характера, потенциальных возможностях, о ценностях, мотивах, типе темперамента и нервной системы, о настроении в момент написания и др.).

Метод определения особенностей и склонностей человека через изучение образцов его письма, написанного от руки, называется психографологией. Как работает этот метод? Специалист-психографолог изучает рукописные образцы и выявляет признаки почерка.\* На базе этих признаков он, по известным в психографологии зависимостям между ними и характеристиками личности, создает развернутый психологический портрет писавшего.

С древних времен люди (Аристотель, Светоний) пытались изучать законы зависимости между почерком и психологическими особенностями личности. И сегодня психографология привлекает к себе внимание многих современных ученых (Зуев-Инсаров Д.М., Наджимов О.К., Обозов Н.Н., Сара Д., Смыслов Д.А., Смылова Г.А., Тараненко В., Кулганов В.А., Юначкевич П.И., Сонин В.А., Моблан Э., Фуа П., Романова Е.С., Бондарь М.Е., Сукманова Т.А., Жакова Т.М., Орлова В.Ф., Смирнов А.В., Чернов Ю.Г. и др.).

Исходя из сказанного, объектом нашего исследования является человек, а предметом – его почерк.

Цель исследования состоит в том, чтобы попытаться узнать характер и склонности незнакомого человека через его почерк.

К числу исследовательских задач относятся:

- изучение метода анализа почерка,
- сбор образцов почерка,

---

\* Почерком называют систему индивидуальных особенностей начертания и динамики воспроизведения букв, слов и предложений вручную различными людьми.



- анализ полученных образцов,
- определение черт характера человека по почерку,
- сравнение полученных результатов с самоопределением черт характера человека.

Материалом исследования стали образцы почерка, полученные от студентов НОУ СПО «Финансово-экономический колледж» (41 образец). Студентам предлагалось задание: «Спишите текст и выберите из предложенных слов те, которые характеризуют вашу личность». На экране появлялся фрагмент текста «Мандельштам и Пастернак (попытка контрастивной поэтики)» (автор Лотман М.Ю.) и слова, образующие отдельные качества личности: аккуратность, беспечность, восприимчивость, гордость, грубость, жизнерадостность, заботливость, застенчивость, злопамятство, искренность, изысканность, капризность, легкоеверие, медлительность, мечтательность, настойчивость, нежность, непринужденность, нервозность, нерешительность, несдержанность, обаяние, обидчивость, осторожность, отзывчивость, педантичность, подвижность, развязность, рассудительность, решительность, самозабвение, сдержанность, сострадание, стыдливость, терпеливость, трусость, увлеченность, упорство, уступчивость, холодность, энтузиазм.

На первом этапе исследования из полученного материала мы выбрали три образца почерка (№ 8, 29, 32), с наиболее выраженными индивидуальными особенностями.

На втором этапе мы анализировали каждый из трех образцов почерка, по тринадцати основаниям (группам психографологического движения, предложенным И. Моргенштерном) [1, с. 11-30]. К ним относятся:

- 1) Сила.
- 2) Форма.
- 3) Размер.
- 4) Направление.
- 5) Порядок.
- 6) Последовательность.
- 7) Выдержанность.
- 8) Мягкость.
- 9) Выпуклость.
- 10) Вычурность.
- 11) Элегантность.
- 12) Равномерность.
- 13) Красота.

Анализ образца почерка № 8 выявил его индивидуальные особенности: одинаковые пробелы; округлый, замкнутый почерк; вздутые, выходящие за линии буквы; сильный нажим; неровный, быстрый тембр написания.

Можно предположить, что обладатель почерка является человеком аккуратным, восприимчивым, заботливым, искренним, капризным, мечтательным, настойчивым, нежным, обидчивым, отзывчивым, сострадательным, гордым, рассудительным и склонным к увлеченности.

Образец почерка № 29 обладает следующими индивидуальными особенностями: пробелы одинаковые; почерк мягкий и замкнутый; нажим отсутствует; нет заглавных.

Почерк характеризует человека следующим образом: восприимчивый, застенчивый, мечтательный, рассудительный, терпеливый, способным уделять одному делу все свое время.

Рассмотрение образца № 32 показывает наличие таких индивидуальных особенностей почерка как: неединообразные пробелы; почерк неровный, незамкнутый; неединообразные буквы; нет ярко выраженных и заглавных.

Возможно, обладатель почерка является человеком вспыльчивым, нервозным, подвижным, трусоватым, жизнерадостным.

Личностные характеристики студентов, выявленные при анализе почерков № 8 и 29, совпадают с личностными характеристиками, названными самими студентами.

В случае с образцом почерка № 32 наблюдается несовпадение набора личностных характеристик, выявленных при анализе почерка, и определенных самим студентом.

Наше исследование еще раз доказывает, что текст, написанный от руки, многое может сказать опытному человеку о пишущем. По почерку можно узнать черты характера людей, рядом с которыми живешь, учишься или работаешь.

Проведение подобного исследования почерка на основе метода психографологии может быть полезно специалистам разных областей человеческой деятельности:

- работникам отдела кадров (для наиболее оптимального отбора кандидатов на вакантную должность; для аттестации кадров на соответствие занимаемым позициям);
- социальным службам и службам, занимающимся трудоустройством (для профессионального ориентирования молодых людей, безработных, иностранцев);
- психологам (для диагностики психологических характеристик испытуемого и выявления психических заболеваний на ранней стадии, когда человек их еще не осознает или скрывает от других);
- историкам (для исследования характера известных людей, живших в прошлом, о которых совсем не осталось записей, или имеющиеся противоречивые воспоминания);
- техническим специалистам финансовых структур (для более точной диагностики пользователя по его рукописному тексту с целью принятия ответственных решений);
- сотрудникам МВД (для осуществления мер безопасности VIP-персон; для поиска злоумышленников, установления особенностей личности подозреваемого или преступника, чтобы дать конкретные рекомендации по работе с ними, для составления психологического портрета террориста) и др.

#### **Использованные источники**

Моргенштерн, И. Психографология/ И. Моргенштерн. – СПб.: Питер, 1994. – 352 с.

*Корзун А.В.  
студентка 3 курса факультета управления  
Научный руководитель: Попова Т.Е.,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления,  
магистр экономики и управления  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

#### **Общество потребления**

Мы живем в обществе потребления. Современный человек видит смысл жизни в потреблении. Большую часть своего времени люди проводят в заработке ресурсов для покупки ненужных им вещей. Мысли того, что человек приобретет частичку счастья покупкой того или иного товара, навязывается нам рекламой и средствами массовой информации. Люди в своем роде являются профессионалами в сфере потребления. Основа мировоззрения потребителя наемный труд, покупки числом поболее и ценой подешевле, экономия, необходимость зарабатывания денег, получение кредитов, необходимость поиска все более и более высокооплачиваемой работы, страх перед малообеспеченной жизнью на пенсии. Реалии нашего существования заставляют нас жить ради денег. Однако, истина состоит в том, что наша жизнь гораздо ценнее чем деньги. Об этом знают все, но тем не менее мы продолжаем играть в эту игру. Игру, данную нам ценою в жизнь. Новые технологии откроют перед людьми новые горизонты, новые возможности, с помощью которых люди смогут решать многие проблемы, касающиеся сохранения здоровья, образования и личной безопасности. Люди будут стремиться к покупке все новой и более современной информации. Ведь каждому известно, что тот, кто владеет информацией, тот владеет и миром.

В 21 веке человеку придется трудиться постоянно, потому как у него исчезнут представления о делении суток, да и вообще понятие о времени. Его уже не будет тянуть к тому месту, которое в прошлом порождало все культуры, останется лишь только воспоминание. Машины станут новой рабочей силой, а люди постепенно перейдут на предметы, которые автор в своей книге называет кочевыми. Это искусственные изделия, которые будут словно живые существа, способные разговаривать и работать. Вполне возможно, что в будущем человек сам может стать таким предметом, с искусственными органами, которое можно будет купить либо продать на какой-либо другой предмет или товар. Все это определит очень важный поворот в истории человечества[2, с. 54].

В современных развитых и развивающихся странах сам характер приобретения вещей и пользования приобретает новое значение. Почти все предметы – от одежды и продуктов питания до бытовой техники и недвижимости – стали символами и средствами существования. Людей оценивают исходя из того, что они потребляли, а не по их убеждениям. Но что же такое общество потребления?

В прошлом все, чем владел человек, было уникальным, неповторимым, единственным в своем роде, но благодаря научно-техническому прогрессу, в частности конвейеру, появилось массовое производство. В новом обществе уникальность предмета за исключением драгоценностей и произведений искусства, кажется чем-то странным, вызывающим подозрение и если какие-то предметы, имеющие одинаковый дизайн и одну и ту же торговую марку, широко используются многими людьми, то это подтверждение их ценности. Такое общество называется обществом потребления.

Современное общество рассматривается через призму потребительства не по тому, что его индивиды лучше питаются, чем их предшественники, не потому, что распоряжаются большим количеством технических средств, не потому, что используют больше образцов и сообщений, наконец, не потому, что они удовлетворяют свои потребности. Идеалы и ценности здесь перестают быть самими собой, происходит погружение человека в тот мир знаков, которые, как он верит, принесут ему социальный престиж и счастье. Именно эта знаковость выступает первичной характеристикой общества потребления. Человеческие отношения – отношения потребления – становятся опосредованы вещами-знаками: интегрированными в строй производства предметами покупки и потребления становятся не только вещи, но и потребности, чувства, знания, желания, страсти и сами отношения.

Существующая сегодня культура поведения в обществе является принесенной и навязанной странами рыночного потребления. Это культура потребления для потребления.

Потребление неистребимо и беспредельно. Людям хочется потреблять все больше и больше. Потребление действительно проникает во все сферы жизни общества. Вовлеченный в круговорот потребления человек транжирит деньги не ради самой траты, а ради получения за их счет определенных благ. Так, успешный и уважающий себя человек должен иметь не только мобильный телефон самой последней модели – то есть, постоянно менять их, чтобы идти в ногу со временем, – но достаточно часто менять автомобили, несмотря на то, что прежний автомобиль вполне способен служить ему верой и правдой еще десяток лет. Похвастаться новым приобретением – святая обязанность. Вещи покупаются и выбрасываются для того, чтобы их место заменили другие вещи – их более усовершенствованные эквиваленты. И этот процесс происходит циклически.

Предметы культуры потребления характеризуются в первую очередь не своим прямым назначением, а знаковой, символической функцией, благодаря которой их владелец становится обладателем престижного статуса владельца. Истина современного предмета – не служить для чего-то, а значить, быть не инструментом, а знаком.

Общество потребления отличается не только изобилием благ и услуг, но и тем более важным фактом, что все является услугой, что предоставленное для потребления никогда не дается просто-напросто как продукт, а всегда как личная услуга, как удовлетворение. Ничто сегодня не потребляется просто, то есть не покупается, не приобретается и не ис-

пользуется с такой-то целью. Предметы не столь уж служат для какой-то цели, прежде всего и главным образом они служат вам. Без этого добавления персонализированного «вы» к простому предмету, без этой тотальной идеологии личной услуги потребление не было бы самим собой. Это не просто-напросто удовлетворение. Именно теплота удовлетворения, личной преданности придает ему весь его смысл. Именно под солнцем заботы загорают современные потребители [1, с. 220].

Массовое потребление материальных благ и формирование соответствующей системы ценностей и установок приводят к возникновению общества потребления – совокупности формирующихся общественных отношений, организованных на основе принципа индивидуального потребления.

Потребление превращается из использования товаров для удовлетворения нужд жизнедеятельности в собственно жизнедеятельность, в процесс социального взаимодействия, становясь фактором конструирования идентичности. Человек существует только потому, что он потребляет. Потребление стало не средством обеспечения жизнедеятельности, а собственно жизнедеятельностью. Потребление стало всем социальным миром. Это мир человека потребляющего [3, с. 15].

#### **Список использованных источников**

1. Бодрийяр Жан. Общество потребления. – М.: Республика, Культурная революция, 2006. – 269 с.
2. Жак Аттали. На пороге нового тысячелетия. – М.: Международные отношения, 1993. – 75 с.
3. Ильин, В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность. – М.: Мир России. – 2005. – № 2. – 32 с.

*Мирон Я.Ю.  
студентка 3 курса филологического факультета  
Научный руководитель: Гладких Ю.Г., канд. филол. наук, доцент  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Семантические преобразования аббревиатур как отражение изменений в обществе**

Преобразования в лексике – динамика активного и пассивного запаса, появление новых лексических единиц, семантические преобразования и т. д. – происходят под влиянием экстралингвистических, внеязыковых, факторов [1, с. 147]. Чем значительнее изменения, происходящие в социально-политическом устройстве общества, тем заметнее становятся изменения в лексической системе языка.

Динамические процессы в лексике можно увидеть на примере аббревиатур.

**Аббревиатура** – это существительное, состоящее из усеченных слов, входящих в исходное словосочетание, или из усеченных компонентов исходного сложного слова. Последний компонент аббревиатуры может быть также целым (неусеченным) словом [2, с. 9]. Следовательно, аббревиатура всегда является производным словом.

XX век, в том числе советское время, вслед за С. Шадыко, мы определяем как «век аббревиаций» [4].

Нами был проведен анализ аббревиатур советского периода, извлеченных из «Толкового словаря языка Совдепии» [3]. На основе словаря мы составили картотеку, которая включает в себя более 1500 аббревиатур. Для того чтобы проследить изменения в семантике этих единиц, мы разделили нашу работу на 2 этапа. На первом этапе мы выделили семантические группы аббревиатур: «Организации», «Политическое устройство СССР»,

«Должности», «Имена людей», «Учебные дисциплины», «Лозунги» и т.д. Анализируя семантику аббревиатур, мы обнаружили, что: 1) некоторые аббревиатуры продолжают использоваться без семантических преобразований, а часть аббревиатур оказалась для нас семантически непрозрачной; 2) примерно половина аббревиатур известна нам в другом значении, нежели зафиксированное в лексикографическом источнике.

На втором этапе исследования мы провели социолингвистический опрос, который преследовал следующую цель: определить семантические изменения в советских аббревиатурах в постсоветский период. В опросе приняли участие 50 человек, большинство из них – это студенты Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета в возрасте от 18 до 24 лет. Основная масса респондентов – это люди, которые родились уже после окончания советской эпохи и знают о реалиях советской жизни опосредованно: из рассказов родителей, из курса истории в школе и в вузе. Естественно, что эта группа респондентов показала значительные метаморфозы в интерпретации аббревиатур.

Мы предложили респондентам расшифровать 50 аббревиатур, например: **РЕНАТ**, **БРИЗ**, **МОПС**, **АЛЖИР**, **ЛИКБЕЗ**, **СССР**, **ДКЖ** и т.д. Обработка анкет показала нам следующие результаты.

1. Часть аббревиатур не претерпела изменений в семантике, например: **ДКЖ** ‘дом культуры железнодорожников’, **КВН** ‘клуб веселых и находчивых’, **ЖКХ** ‘жилищно-коммунальное хозяйство’ и т.д. Эти данные аббревиатуры обозначают реалии, актуальны и в настоящее время.

Особо отметим такие аббревиатуры, как: **СССР** ‘Союз Советских Социалистических Республик’, **БССР** ‘Белорусская Советская Социалистическая Республика’, **УССР** ‘Украинская Советская Социалистическая Республика’, которые сохраняются: несмотря на то что они не обозначают реалий сегодняшнего дня, эти аббревиатуры используются при осмыслении современного политического устройства и истории нашей страны.

2. Небольшая часть респондентов в случае, если аббревиатура оказывалась ей неизвестной, не приводила её значения. Например, неидентифицированными остались аббревиатуры **РЕНАТ**, **МИОТ**, **МОПС**, **АЛЖИР**, **БРИЗ** и т.д. Однако большая часть респондентов попыталась расшифровать такие аббревиатуры. Вполне ожидаемо, расшифровка неизвестной аббревиатуры приводила к значительным семантическим расхождениям. Так, аббревиатура **МТС** большей частью респондентов трактуется как мобильная телесистема или моя любимая телефонная связь. Словарь Совдепий дает нам иное значение: **МТС** ‘машинно-тракторная станция’.

3. Некоторые аббревиатуры требуют особого внимания. Мы имеем в виду аббревиатуры следующих типов: **РЕНАТ** ‘мужское имя. Ренат и Рената (от «революция, наука, труд»)»; **МИОТ** ‘Московский институт охраны труда’; **БРИЗ** ‘Бюро по рационализации и изобретательству’. Такие аббревиатуры были восприняты респондентами в качестве непроизводных существительных. Слово **РЕНАТ** было осмыслено как имя, не имеющее соотношения с мотивирующими словами, **МОПС** – как порода собак, **АЛЖИР** – как название города, **БРИЗ** – как морской ветер. Наш материал показывает, что респонденты не видели в этих словах производной природы, а потому не могли верно квалифицировать их значение.

4. Ряд аббревиатур имеет множество значений омонимичного типа. Например, аббревиатура **ВК** получает следующую семантическую квалификацию: **ВК 1** – вставные конструкции; **ВК 2** – военный комитет; **ВК 3** – военный комиссариат; **ВК 4** – воспитательная колония; **ВК 5** – внешнеторговая компания; **ВК 6** – военная комиссия; **ВК 7** – волейбольный клуб; **ВК 8** – врачебная комиссия; **ВК 8** – врачебный контроль.

Омонимичный характер семантики аббревиатур мы можем объяснить несколькими факторами. Отметим основные: во-первых, аббревиатуры имеют непрозрачную внутреннюю форму, что приводит к затемнению семантики слова, во-вторых, многие явления советского времени являются неактуальными для современного молодого человека, в-третьих, на семантику слова может влиять общение в социальных сетях, где в качестве

доменного адреса принята англоязычная аббревиатура vk (имеется в виду сеть «ВКонтакте»): [www.vk.com](http://www.vk.com)).

Проведя исследование, мы можем говорить о том, что семантика аббревиации со временем меняется под влиянием изменений, которые происходят в обществе. Смена политического устройства страны, развитие Интернета, активность употребления аббревиатур в средствах массовой информации – все это воздействует на восприятие данных существительных современным молодым человеком, способствует появлению новых значений омонимичного типа и приводит к отмиранию старых значений.

#### **Список использованных источников**

1. Валгина, Н.С. Активные процессы в современном русском языке / Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2001. – 304 с.
2. Лопатин, В.В. Аббревиатура / В.В. Лопатин // Языкознание: БЭС. – М.: Большая российская энциклопедия, 1998. – С. 9.
3. Мокиенко, В.М. Толковый словарь языка Совдепии: ок. 10000 слов и выражений / СПбГУ; словарный каб. им. Б. А. Ларина; В. М. Мокиенко, Т.Г. Никитина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: АСТ: Астрель, 2000. – 482 с.
4. Шадыко, С. Аббревиатуры в русском языке: дисс. ... д-ра филол. н. /С. Шадыко. – Варшава, 2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/abbreviatury-v-russkom-yazyke#ixzz2tb9zQVow> (Дата обращения: 23.02.2014).

*Холодилина Л.А.  
студентка 4 курса филологического факультета  
Научный руководитель: Подлесных А.С. канд. филол. наук  
Пермский государственный национально-исследовательского университета  
(г. Пермь)*

#### **Экологическая проблематика в пермской печатной прессе. Жанрово-тематический анализ**

Сегодня средства массовой информации, наряду с другими социальными институтами, общественными организациями и воспитательными учреждениями, ведут борьбу, направленную на сохранение и улучшение мировой экологической обстановки. Журналисты пытаются формировать правильное отношение людей к окружающей среде, пропагандируют природоохранную деятельность, обращают внимание на вопросы, касающиеся экологического воспитания детей. «Наша журналистика разъясняет людям, что любой ущерб, нанесенный Земле, неизбежно оборачивается ущербом их жизни. Прошло то время, когда Земля могла вынести любой причиняемый ей вред. Окружающая среда «окружает» и касается всех. Обо всем этом стала писать наша экологическая печать» [2].

В ходе исследования нами были проанализированы газетные материалы ведущих пермских СМИ<sup>1</sup>, вышедшие в 2013 году. В основу отбора публикаций лег принцип ключевых слов: мы искали и отбирали такие тексты, в которых использованы слова «экология», «экологический», «экологичный», «загрязнение», «выбросы», «отходы», «природа», словосочетание «охрана окружающей среды» и т.д. Всего было выбрано и изучено 216 газетных материалов (см. диаграмму), в которых, так или иначе, затрагивались темы экологии. По результатам анализа были выделены основные тематические направления и определены наиболее популярные жанры экологических публикаций.

---

<sup>1</sup> «Business Class», «Звезда», «Пермский обозреватель», «Новый компаньон» и региональное приложение к газете «АиФ».

В 2013 году чаще всего к экологической тематике обращались журналисты еженедельной деловой газеты «Пермский обозреватель» (53), краевой газеты «Звезда» (51), деловой и политической газеты «Новый компаньон» (45).



При изучении экологической журналистики, ученые выделили несколько тематических направлений текстов, посвященных этой проблематике: политико-правовое и социальное, биоэкономическое, нравственно-эстетическое, темы экологической безопасности и защиты экологических прав человека [1]. Анализ региональной печатной прессы показал, что наиболее популярными в пермских СМИ являются темы, касающиеся экологической безопасности, политико-правовых и социальных вопросов и нравственно-эстетического воспитания.

Главными темами года в первом направлении стали утечка хлора на Березниковском заводе<sup>2</sup> и появление в некоторых районах Перми неприятного запаха газа неизвестного происхождения в июле 2013 года<sup>3</sup>. Политико-правовое и социальное направление представляет самая частотная экологическая тема о возможном перемещении Пермского зоопарка на территорию Черняевского леса<sup>4</sup>. Обсуждаемой в рамках этого направления также стала проблема Березниковских провалов<sup>5</sup>. Материалы третьего направления – нравственно-эстетического – посвящены информированию читателей о гражданских и общественных инициативах по очистке и благоустройству городов и природных объектов Пермского края<sup>6</sup>.

<sup>2</sup> Пермь, 1 марта – АиФ-Прикамье. В Березниках на предприятии ООО «Сода-Хлорат» произошла утечка хлора. Инцидент произошёл в цехе №13 по производству жидкого хлора. К настоящему времени в городскую больницу №2 обратились 26 человек – рабочих предприятия // Габдулина Я. Аргументы и Факты. 1.03.2013. Режим доступа: <http://www.perm.aif.ru/society/incident/609989>

<sup>3</sup> Первые жалобы на сильный запах газа начали поступать примерно в 15.00. Специфический запах распространился по Мотовилихинскому, Ленинскому, Свердловскому и части Дзержинского района. Многие горожане жаловались на тошноту, затрудненное дыхание и резь в глазах // Павлов В. Пермский обозреватель. №28 (629) 13 июля 2013. с 2.

<sup>4</sup> «Краевая природоохранная прокуратура вынесла заключение по поводу правомерности строительства пермского зоопарка на территории «Черняевского леса». Сотрудники ведомства напоминают, что «Черняевский лес» является особо охраняемой природной территорией местного значения, которая создана решением Пермской городской Думы в 2009 году» // «Business Class». 3 октября 2013 г. Режим доступа: <http://www.business-class.su/news.php?id=39388>

<sup>5</sup> 3 апреля около 22 часов в Единую дежурную диспетчерскую службу города Березники поступило сообщение о появлении на территории площади Решетова трещин. Размеры самой крупной: ширина около 2–3 сантиметров, глубина около 40 сантиметров, длина 17–20 метров // Хачатурян М. Звезда. 5.04.2013. Режим доступа: <http://zvezda.perm.ru/newspaper/?pub=10443>

<sup>6</sup> Вчера в Перми состоялась экологическая акция, проведенная усилиями ряда организаций, в числе которых ОАО «Сибур-Химпром», молодёжное движение «Мы», Пермское краевое отделение Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество охраны природы», управление по экологии и природопользованию администрации Перми, молодёжное экологическое движение «Зелёный мир», молодёжное движение «Камская волна», Пермская краевая общественная организация «ЭкоПуть», филиал ФБУ «Рослесозащита – «Центр защиты леса Пермского края», ООО «Благоустройство и озеленение» и региональное отделение Всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» // «Business Class». 1 октября 2013 г. Режим доступа <http://www.business-class.su/news.php?id=39340>

Исследователи экологической журналистики отмечают, что, несмотря на общее увеличение количества публикаций на темы, связанные с экологией и охраной окружающей среды, появляются претензии к жанровому журналистскому выбору. «Анализ современных журналистских текстов на экологическую тему показал, что большинство из них написаны в форме информационно-новостных жанров: заметка, отчет, статья-справка. Соответственно, на газетных полосах не хватает глубокого анализа и более масштабного взгляда на проблемы. Журналисты ограничиваются лишь сообщением о факте, явлении, событии и иногда – их комментированием»[1].

Среди пермских журналистов, освещающих экологическую проблематику, также проявляется тенденция предпочтения журналистами информационных жанров аналитическим. Из 216 материалов, в которых присутствуют темы экологии только 38 (17,6%) написаны в аналитических жанрах (статья, комментарий, колонка, обзор). Чаще других к экологической аналитике обращаются в газетах «Пермский обозреватель» (24,5% от общего числа публикаций на экологическую тему), «Новый компаньон» (20%) и «Business Class» (19,2%).

#### **Список использованных источников**

1. Бакеева Д.А., Суралева Е.С. Экологическая тематика как необходимая составляющая современных СМИ // Огарёв-online: Электронное периодическое издание для студентов и аспирантов. Филологические науки. №1. 14.10.2013.
2. Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама. М., Юнити 2007. С. 8.

*Хохрякова Н.В.  
студентка 3 курса филологического факультета  
Научный руководитель: Гладких Ю.Г., канд. филол. наук, доцент  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Прецедентные тексты и их ассоциативный потенциал**

Характерным отражением современной реальности является тот факт, что любые тексты перестают быть просто средством передачи информации, а становятся выражением отдельной личности, группы людей или целого сообщества. Человек сознательно находится в постоянном поиске различных способов связи, позволяющих воздействовать на окружающих быстро, лаконично, эмоционально и одновременно ярко. Таковыми, к примеру, могут являться цитаты, пословицы, поговорки и т.д.

Если в социальных сетях эти тексты используются как дань моде и человек вполне может не знать автора цитаты, то в художественных и публицистических текстах фрагменты «чужого слова» являются показателем уровня эрудиции автора, его языковой и общей культуры, принадлежности к определённой нации, народу, временной эпохе, социальной группе. Анализ функционирования прецедентных текстов в литературных произведениях, а также проблема восприятия этих текстов – одна из актуальных проблем лингвистики.

Прецедентные тексты обычно знакомы каждому члену национально-лингвокультурного сообщества [2, с. 105–115;3]. Они имеют хрестоматийный характер и составляют общекультурный фонд языка. К прецедентным относятся самые различные тексты: анекдоты, текстовые версии рекламы, тексты песен, художественные произведения («Анна Каренина», «Горе от ума»), кинотексты и т.д.

Одним из ярких и актуальных примеров использования прецедентных текстов являются поэтические произведения Д. Л. Быкова под общим названием «Гражданин Поэт».



Стихи Д. Л. Быкова – это сатирическое подражание известным поэтам и писателям. Стихи из цикла «Гражданин Поэт» были посвящены политической обстановке в нашей стране накануне выборов президента Российской Федерации и представляли собой культурную аллюзию на всем известные произведения, своеобразный искусственный «отклик» на происходящие в России события.

Мы выбрали для анализа одно из наиболее ярких стихотворений Д.Л. Быкова – «Хій» [1, с. 35]. Это стихотворение было создано после того, как экс-премьер Украины Юлия Тимошенко была признана виновной в превышении полномочий при заключении контрактов на поставку российского газа и приговорена к 7 годам лишения свободы. Основой для стихотворения послужили произведения Н.В. Гоголя «Вий», «Вечера на хуторе близ Диканьки» и «Заколдованное место».

Приведем небольшой отрывок:

Чуден Днепр при тихой погоде!

Не хватит слов ни в каком языке!

Но что это летит на ночном небосводе?

То ведьма с косою верхом на козаке!

Д.Л. Быков, интерпретируя политическую атмосферу в Украине, ставил своей задачей сравнить Юлию Тимошенко с гоголевской ведьмой, приспешницей *козака-Януковича*, ставшего президентом и предавшего премьер-министра, а В. В. Путина как неофициального представителя российской компании «Газпром» – с Виєм, повелителем нечисти и главным героем одноимённого произведения. Однако мы предполагаем, что такое восприятие текста не характерно для основной аудитории читателей. Об этом свидетельствует степень известности исходных текстов: Д. Л. Быков апеллирует не только к хрестоматийным текстам Н. В. Гоголя, но и к текстам других авторов.

Критерий известности (степени прецедентности [4; 5]) был положен в основу нашего психолингвистического эксперимента, когда этот фактор осмыслялся как значимый для восприятия и понимания стихотворения «Хій».

Мы предложили ста участникам эксперимента ответить на вопросы анонимной анкеты. Респондентам нужно было указать свой возраст, пол, социальный статус, а также написать любые ассоциации, возникшие при прочтении предложенных строк «Хія».

Анализ данных эксперимента позволил нам получить следующие результаты:

1) стихотворения из проекта Д. Л. Быкова известны 72 респондентам, преимущественно людям работающим либо студентам, что влияет на понимание текста стихотворения;

2) стихотворная фраза *Чуден Днепр при тихой погоде!* почти у всех опрошенных вызывает ассоциации с Н.В. Гоголем, его произведениями, украинскими пейзажами, однако в единичных случаях присутствовали и такие отклики, как *Тихий Дон* и *реклама*;

3) фраза *Стоит Янукович brutальнее Брута* у трёх респондентов вызвала ассоциацию с предательством Юлия Цезаря его соратником Брутом, с римской историей. Оставшиеся респонденты предполагали, что автор имеет в виду актеров (Брэда Пита, Жан Клода Ван Дама) или стереотипные атрибуты brutального человека (щетину, мышцы, рекламу мужского парфюма, дезодорант «Ахе-эффект»; а также татуировки); многие сопровождали свои ответы рисунками накачанных спортсменов;

4) фраза *Чуть веко приподнял* вызвала у 56 человек ассоциацию *Вий* и синонимические замены: *черти*, *вурдалаки*; продолжение фразы предложено в слове *взглянул*; остальные же участники предложили семантически несопоставимые варианты: *темнота*, *спящий человек*, *доброе утро*, *сказка* и даже *новый русский*;

5) фраза *Дымятся закаты, колышутся рассветы* вызвала следующие отклики: *Есенин*, *поле*, *рожь*, «*Война и мир*» Л. Н. Толстого, *лето*, *война*, *песня 80-ых годов*; *где ты встречаешь закаты, целуешь рассветы*; заставка из мультфильма «*Король Лев*», *реклама духов*; как видим, единого мнения у анкетированных не было. Данная фраза апеллирует к прозаическому произведению Н. В. Гоголя «Тарас Бульба» и имеет низкую степень из-

вестности, поскольку относится к пейзажному описанию местности с особым колоритом. И это описание не используется в сюжетной канве «Тараса Бульбы».

Проведённый анализ позволяет сделать следующий вывод: несмотря на актуальность, успешность и злободневность цикла «Гражданин Поэт», не все стихотворения, входящие в него, могут претендовать на адекватность понимания, поскольку тексты, известные Д. Л. Быкову и включенные в его произведения, зачастую оказываются незнакомыми его читателям. Причинами этого могут являться возрастные особенности (активнее отвечали респонденты в возрасте от двадцати пяти до сорока шести лет), гендерные различия (женщины чаще вспоминали ситуацию, а мужчины – продолжение фразы), разность социокультурного уровня опрошенных (студенты и работающие отвечали конкретно и наиболее правильно, нежели школьники и пенсионеры), эрудированности (многие признавались, что при ответе руководствуются лишь интуицией, а не знаниями).

Восприятие прецедентных текстов – явление относительное. Это своеобразная «коммуникативная лотерея», потому как ни один из необходимых для этого процесса факторов (личная заинтересованность читателей, эрудиция, принадлежность к той или иной социальной группе и пр.) не гарантирует абсолютного ни узнавания, ни – тем более – понимания прецедентных явлений. Как следствие, стихотворное произведение, рассчитанное на широкую аудиторию, может быть верно интерпретировано лишь той частью населения страны, которая имеет такой же фонд общих культурных знаний, как и Д.Л. Быков.

#### **Список использованных источников**

1. Быков, Д.Л. Гражданин Поэт. Наши – всё / Д.Л. Быков. М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2012. – 50 с.
2. Караулов, Ю.Н. Лингвокультурное сознание русской языковой личности: моделирование сознания и функционирования / Ю. Н. Караулов, Ю. Н. Филиппович. – М.: Азбуковник, 2009. – 354 с.
3. Караулов, Ю.Н. Русский язык и язык личности / Ю. Н. Караулов. – М.: ЛКИ, 2010. – 264 с.
4. Кузьмина, Н.А. Интертекст: тема с вариациями. Феномены языка и культуры в интертекстуальной интерпретации / Н. А Кузьмина. – Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2009. – 228 с.
5. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов / Г.Г. Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 141 с.

*Шабанова Г.А., Канзепарова Р.И.  
студентки 1 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Пугина Г.В., канд. ист. наук, доцент,  
доцент каф. рекламы, связей с общественностью и гуманитарных дисциплин  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

#### **Народы Пермского края: история и современность**

Актуальность темы обусловлена усложнением национальных проблем, с которыми сталкивается Россия с конца XX столетия, ознаменовавшимся всплеском этнического самосознания народов, проживающих на ее территории, что, наряду с радикальными социально-экономическими трансформациями, привело к довольно резким изменениям межнациональных отношений.

Пермская земля с давних пор является историческим перекрестком многих народов, продвигавшихся вдоль Камы или через Уральский хребет. Благоприятная географическая среда, развитый социально-экономический потенциал, культура, разнообразие природных

богатств вместе с удобными путями сообщений оказали воздействие на формирование национального состава и структуры населения, этносоциальных процессов.

Коренными жителями Пермского края являются коми-пермяки. В 1869 году коми-пермяков в Верхне-Камском бассейне проживало 62130 человек, в 1920 – 114 тыс. человек. Они и составили основное этническое ядро образованного в 1925 г. национального округа [3, с. 23].

Русское население в Западно-Уральском регионе по происхождению пришлое. Включенные в XV в. в русское государство верхнекамские земли осваивались русскими крестьянами Европейского Севера, которые поселялись сначала на землях, заселенных коми-пермяками, а потом и на свободных. В XVII веке вместе с расселением русских закладывались в Прикамье основы нового экономического и культурного региона страны (горно-заводская промышленность, транспорт, торговля, обрабатывающие промыслы и др.). В рамках этого региона консолидационные процессы завершились образованием компактной и зрелой в национальном отношении группы населения, ставшей частью русской нации.

После падения Казанского ханства свободные земли Южного Прикамья быстро заселяются, кроме русских, поволжскими татарами и башкирами. Наибольшая их концентрация наблюдалась по Тулве, Сылве, Ирени и на прилегающих территориях.

Усиление феодально-крепостного гнета и насильственная христианизация в Среднем Поволжье обусловили процесс переселения с родных мест в Приуралье еще двух народов – удмуртов и марийцев. В конце XVI – начале XVII вв. они поселились в южных районах Пермского края – удмурты в верховьях р.Буй (Куединский район), а марийцы в верховьях р. Сылвы (Суксунский район).

Кроме того, Урал с давних пор использовался государством как место административной и политической ссылки. Так, в середине XIX в. здесь находилась крупная диаспора поляков, участников революционных событий 1830-50 гг., оставивших в истории губернии заметный след.

В результате Столыпинской аграрной реформы начала XX в. в Прикамье переселились русские крестьяне Псковской и Могилевской губерний, а также белорусы и эстонцы.

Определяющим фактором межнационального общения на территории Прикамья стало экономическое, религиозное и культурное взаимодействие. Русское население переняло от местных манси и коми-пермяков некоторые особенности построения жилища, многое из практики промысловой охоты (приемы, одежду, обувь, поверья), некоторые блюда и приемы кухни. Значительное сходство основных форм хозяйственной деятельности усилило сближение русских и коми-пермяков в сфере календарной обрядовости [3, С. 126].

Сегодня Пермский край является одним из самых полиэтнических регионов, на территории которого, по результатам Всероссийской переписи населения 2010 г., проживает 2 635,3 тыс. человек, представляющих 126 национальностей. В таблице 1 представлен этнический состав населения [1].

Таблица 1 – Численность населения наиболее многочисленных национальностей, проживающих в Пермском крае (в соотношении с данными переписей прошлых лет)

Народы	1989 г тыс.чел.	2002 г тыс.чел.	2010 г тыс.чел.	2010 г в % к 2002 г.	2002 г в % к итогу	2010 г в % к итогу
Все население	3091,5	2819,4	2635,3	93,47	100	100
Русские	2592,2	2401,7	2191,4	91,2	85,2	83,1
Татары	150,5	136,6	115,5	84,5	4,8	4,4
Коми-пермяки	123,4	103,5	81,1	78,4	3,7	3,0
Башкиры	52,3	40,7	32,7	80,3	1,4	1,2
Удмурты	32,8	26,3	20,8	79,1	0,9	0,7
Украинцы	45,7	26,0	16,3	62,7	0,9	0,6

Продолжение таблицы 1

Народы	1989 г тыс.чел.	2002 г тыс.чел.	2010 г тыс.чел.	2010 г в % к 2002 г.	2002 г в % к итогу	2010 г в % к итогу
Белорусы	18,8	11,0	6,6	60,0	0,4	0,2
Немцы	15,3	10,2	6,3	61,8	0,4	0,2
Чуваши	10,8	7,0	4,7	67,1	0,3	0,1
Азербайджанцы	3,9	5,8	5,6	96,5	0,2	0,2
Марийцы	6,6	5,2	4,1	78,8	0,2	0,15
Армяне	2,5	5,0	5,4	103,8	0,2	0,2
Евреи	5,5	2,6	1,8	69,2	0,1	0,06
Мордва	4,2	2,3	1,4	60,9	0,1	0,05
Таджики	0,9	2,0	3,5	175,0	0,07	0,13
Узбеки	3,0	2,0	4,2	210,0	0,7	0,16
Молдаване	3,0	2,0	1,3	65,0	0,7	0,05
Грузины	1,6	1,6	1,1	68,8	0,06	0,04
Казахи	2,1	0,8	0,6	75,0	0,03	0,02
Другие национальности	164,0	271,0	130,0	50,0	9,6	4,9

Большинство прикамцев, указавших свою национальную принадлежность, идентифицировали себя русскими (83,1%). Численность русских с 2002 по 2010 год сократилась почти на 9%. Численность татар уменьшилась на 15,4%, башкир – на 19,7% и удмуртов – на 20,9%. Несмотря на то, что коми-пермяки остались на третьем месте в общей численности населения нашего региона, их число с 2002 г. значительно сократилось (более чем на 22 тыс. человек или на 21,6%). Еще одна особенность региона – это активное формирование новых этнических групп. Так, за счет миграционного прироста практически вдвое увеличилась численность таджиков, узбеков и др.

Практически все население (почти 96%), проживающее на территории Прикамья, владеет государственным языком Российской Федерации – русским языком. Для большинства из них он является единственным языком общения.

Результаты переписи населения 2010 года показали, что русский язык считают родным (помимо русских) большинство евреев (97%), немцев (92%), белорусов (85%), украинцев (76%), мордвы (73%), чувашей (69%), молдаван (52%) и удмуртов (51%), а также более трети населения среди марийцев, татар, грузин и коми-пермяков. В тоже время практически все национальности, традиционно проживающие на территории Прикамья, владеют и своим, и русским языком. В таблице 2 отражено распределение населения многочисленных национальностей по родному языку [1].

Таблица 2 – Распределение населения по родному языку

Национальность	На 1000 лиц соответствующей национальности, ответивших на вопрос о родном языке, указали родным		
	язык, соответствующий национальности	русский язык	другой язык
русские	998	х	2
татары	637	361	2
коми-пермяки	654	344	2
башкиры	222	229	549
удмурты	493	505	2
украинцы	230	762	8
белорусы	148	850	2
немцы	81	917	2
азербайджанцы	825	166	9
армяне	769	227	4
чуваши	306	692	2
узбеки	843	138	19
марийцы	590	405	5

Продолжение таблицы 2

Национальность	На 1000 лиц соответствующей национальности, ответивших на вопрос о родном языке, указали родным		
	язык, соответствующий национальности	русский язык	другой язык
таджики	879	98	23
евреи	19	969	12
цыгане	850	135	15
мордва	271	728	1
молдаване	430	516	54
грузины	638	345	17
киргизы	907	61	32

Таким образом, Пермский край – уникальный регион с точки зрения его полиэтничности. В настоящее время наряду с традиционно проживающими этносами в рамках современных миграционных процессов в Прикамье активно формируются новые этнические диаспоры, что приводит к значительному изменению этнического ландшафта Пермского края. Обновление этнической структуры края оказывает существенное влияние на этнополитическую ситуацию. Проведенные социологические исследования фиксируют в сфере национальных отношений скрытые факторы напряженности [2, с.42]. Поэтому важно знать и развивать многовековые традиции культурного взаимодействия и связей славянской, тюркской, кавказской, финно-угорской, монгольской и иных культур в рамках общего евразийского этнокультурного пространства с учетом их истории, культуры, менталитета, а также создавать благоприятные условия для их развития. Все это должно быть направлено на недопущение конфликтных ситуаций, возможных причин межэтнической напряженности в целях сохранения межнационального согласия и этнополитической стабильности.

#### Список использованных источников

1. Об итогах Всероссийской переписи населения 2010 года на территории Пермского края. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://permstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/permstat/ru/census\\_and\\_researching/census/national\\_census\\_2010/score\\_2010/](http://permstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/permstat/ru/census_and_researching/census/national_census_2010/score_2010/)
2. Сергеева С.В., Гоголин Н.А. Национальные и религиозные отношения в Пермском крае: состояние, проблемы, развитие. Учебное пособие. – Пермь, 2013. – 140 с.
3. Чагин Г.Н. Народы и культура Урала XIX – XX вв. – Екатеринбург: Сократ, 2002. – 327 с.

*Шайхелгалиева Д.А.*  
студентка 2 курса, специальность «Туризм»  
Научный руководитель: Горохова О.Н., преподаватель  
Финансово-экономический колледж  
(г. Пермь)

#### Прецедентные тексты современных студентов

Студенческий возраст является важным периодом в становлении личности, в определении ценностных установок, а корпус художественных текстов, изучаемых на первом курсе в колледже, служит основой для создания картины мира человека. Следовательно, необходимы наблюдения за формированием прецедентных текстов студентов.

Термин «прецедентный текст» был впервые введен в научную практику Ю.Н. Карауловым в докладе «Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности» в 1986 году [2, с. 105-126].

**Прецедентный текст** – это законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности; полипредикативная единица; сложный знак, сумма значений которого не равна его смыслу; прецедентный текст хорошо знаком любому среднему члену национально-культурного сообщества; в когнитивную базу входит инвариант его восприятия. [1, с. 107].

Основными дифференцирующими признаками прецедентного текста являются: воспроизводимость, сверхличностный характер, его ценностная значимость (эмоциональная и познавательная) для определенной культурной группы и способность выполнять роль образца, эталона культуры.

Прецедентные тексты как объект исследования привлекали к себе внимание многих современных лингвистов (Ю.Н. Караулов, А.Е. Супрун, В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова, Е.А. Земская, В.В. Красных, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, Д.Б. Багаева и др.).

**Объектом** нашего исследования становится воспроизводимый текст. **Предметом** исследования является его прецедентность.

**Цель исследования** – выявить фрагмент корпуса прецедентных текстов современных студентов.

К числу исследовательских **задач** относятся следующие: изучить литературу по теме; с помощью экспериментальной методики выявить корпус текстов, воспроизводимых современными студентами; представить жанровую классификацию воспроизводимых текстов; составить список прецедентных текстов.

Для решения поставленных задач применялись следующие **методы**: анализ научных источников, экспериментальный, количественный анализ, сравнение и обобщение.

**Практическая ценность** работы состоит в том, что её результаты могут найти применение в исследовательской практике культурологов, психологов, лингвистов, социологов. Тексты, свободно воспроизводимые студентами, могут использоваться в качестве дидактического материала в практике преподавания русского языка (орфографии, пунктуации и речевой нормы). Список прецедентных текстов современных студентов может быть использован в практике преподавания русского языка как иностранного, поскольку без знакомства с национальными прецедентными текстами, со спецификой их бытования в сознании и функционирования в речи невозможна полноценная коммуникация на языке соответствующего лингво-культурного сообщества.

В качестве **материала** исследования использовался корпус воспроизводимых высказываний, полученных от студентов НОУ СПО «Финансово-экономический колледж».

Поскольку одним из основных признаков прецедентного текста является его воспроизводимость, поэтому мы предполагаем, что набор прецедентных текстов может быть выявлен с помощью механизма воспроизведения текста.

Эксперимент проводился со студентами НОУ СПО «Финансово-экономический колледж». В эксперименте приняли участие 38 человек (10 юношей и 28 девушек). Студентам предлагалось задание: «Напишите приходящие вам в голову фразы из любого текста».

В результате эксперимента было получено 38 анкет, в которых было представлено 71 воспроизводимое высказывание.

На первом этапе экспериментальный материал был представлен в виде электронной базы данных, в которой фиксировались его количественные признаки по полу информантов.

На втором этапе определялся текст-источник и его автор.

На третьем этапе мы классифицировали тексты. Чаще всего к прецедентным текстам применяется жанровая классификация.

Наш материал показал, что тексты, которые воспроизводят студенты, принадлежат к следующим жанрам:

1. песни (отечественные и зарубежные);
2. художественные произведения (поэтические тексты и прозаические художественные произведения);
3. рекламные тексты;
4. афоризмы и цитаты;

## 5. телетексты.

К значимым для текстового сознания студентов группам текстов относятся: художественные произведения (47% от общего количества воспроизведений), песни (28%), афоризмы и цитаты из социальных сетей (17%).

В XXI веке – веке высоких технологий – текст начинает функционировать в виртуальном мире. На страничках пользователей социальных сетей часто можно увидеть различные фразы известных людей. Наш материал показывает, что афоризмы и цитаты из социальных сетей составляют значительную группу. Приведем в качестве примера некоторые из них: *Девушка, которая не красится – слишком высоко мнения о себе* (Коко Шанель), *Порядок необходим глупцам, гений же властвует над хаосом* (Альберт Эйнштейн), *Хватит это терпеть!* (В.В. Жириновский) и др. В Интернет-пространстве фраза В.В. Жириновского часто обыгрывается в игровом, ироничном ключе (например, *Мама заставляет мыть посуду? Хватит это терпеть!*).

В текстовом сознании студента группа Песня имеет достаточно большой вес (более ¼ от всех воспроизводимых фраз). Это можно объяснить тем, что в этом возрасте особенно значимой становится внеучебная деятельность; и у студентов формируется потребность в песне как средстве приобретения социального статуса среди сверстников. Можно сказать, что песня является «паролем» субкультуры, она помогает найти «себе подобных» («своих») среди множества людей. Наличие «своих» песен у членов определенной группы указывает на групповую идентичность и общность ценностей.

Тематика группы Песня весьма различна: детские песни (*«В лесу родилась ёлочка...»*), песни о любви, военно-патриотические песни (*«А на груди его светилась медаль за город Будапешт»*). Заметим, что среди текстов песен оказались и иноязычные тексты: *Don't worry – be happy* (Bobby McFerrin) и др.

Подробнее мы рассмотрим, как функционирует наиболее значимая для студентов группа текстов – художественные произведения.

В группу Художественные произведения вошли классические и близкие к классическим поэтические (55%) и прозаические (45%) произведения русской и зарубежной литературы.

В подгруппу поэтические произведения литературы вошли 18 фраз из различных текстов.

Произведения А.С. Пушкина занимают 83% от всех классических поэтических текстов. Студенты цитировали несколько его произведений: «Осень», «На холмах Грузии...», «К Чаадаеву», «Руслан и Людмила», «К\*\*\*», «Я вас любил: любовь еще, быть может...».

Кроме названных выше произведений, студенты воспроизводили и другие стихи: «Мцыри» М.Ю. Лермонтова, «Крестьянские дети» Н. Некрасова, «Детство» И.З. Сурикова.

В подгруппу прозаические произведения русской и зарубежной литературы вошли следующие тексты: «Мастер и Маргарита» М.А. Булгакова, «Тарас Бульба» Н.В. Гоголя, «Маленький принц» Антуана Де Сент-Экзюпери, пьесы «Вишнёвый сад» А.П. Чехова и «На дне» М. Горького, «Удар русских богов» В.А. Истархова, «Кафка на пляже» Харуки Мураками.

Трагедии Уильяма Шекспира «Гамлет» и «Отелло» составляет 53% от всех прозаических текстов. Этому, на наш взгляд, способствует жизненность его произведений, великолепное описание характеров героев и интерес молодёжи к историям о несчастной любви.

Итак, поскольку основными признаками прецедентного текста являются: воспроизводимость, сверхличностный характер, ценностная значимость для определенной группы, то к числу прецедентных текстов студентов мы относим следующие:

1. *У лукоморья дуб зелёный;/ Златая цепь на дубе том ...* (А.С.Пушкин) – 5 воспроизведений (7% от числа всех воспроизведенных в ходе эксперимента высказываний);

2. *Быть или не быть, вот в чем вопрос.* (У. Шекспир) – 5 воспроизведений;

3. *Я помню чудное мгновенье:/*

*Передо мной явилась ты ...* (А.С.Пушкин) – 4 воспроизведения;

4. *Молилась ли ты на ночь, Дездемона* (У. Шекспир) – 3 воспроизведения.

Тексты редко цитируемые (1-2 раза в группе) были причислены к воспроизводимым и лично значимым.

Подобный эксперимент можно провести в разных возрастных и социальных группах. Это, во-первых, позволит выяснить состав национального корпуса прецедентных текстов, во-вторых, выявить прецедентные тексты групп людей, различных по возрасту, полу, социальному положению, образованию и общему культурному уровню.

#### **Список использованных источников**

1. Гудков, Д.Б. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Д.Б. Гудков, В.В. Красных, И.В. Захаренко, Д.В. Багаева // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 1997. №4.

2. Караулов, Ю.Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю.Н. Караулов // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы. Доклады советской делегации на VI конгрессе МАПРЯЛ. М.: Русский язык, 1986. С. 105 – 126.

*Юсупбаева К.В.*  
*студентка 3 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Янбердина Д.М.,*  
*зам. зав. каф. социально-гуманитарных дисциплин*  
*Кумертауский институт экономики и права*  
*(г. Кумертау)*

### **Суррогатное материнство в России**

XXI век: нанотехнологии, полеты в космос, всемирная компьютеризация, интернет.... Дело дошло и казалось вообще до невозможного: лечение бесплодия, экстракорпоральное оплодотворение или же «рождение детей из пробирки» и суррогатное материнство.

Суррогатное материнство – вспомогательная репродуктивная технология, при применении которой женщина добровольно соглашается забеременеть с целью выносить и родить биологически чужого ей ребёнка, который будет затем отдан на воспитание другим лицам – генетическим родителям. Они и будут юридически считаться родителями данного ребёнка, несмотря на то, что его выносила и родила суррогатная мать [4].

Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире все больше и больше женщин страдают от бесплодия, причиной которого являются алкоголь, наркотики, ненатуральные продукты питания, и не только. Стать матерью, рано или поздно, хочет каждая женщина, но, увы, не все могут себе это позволить!

Целью данной работы является изучение суррогатного материнства в России и отношение к нему современного общества.

В соответствии с поставленной целью, необходимо решить ряд следующих задач:

- 1) дать определение суррогатному материнству;
- 2) рассмотреть проблемы суррогатного материнства в историческом разрезе;
- 3) изучить отношение общества к суррогатному материнству.

Наиболее точной формулировкой следует признать формулировку, принятую Всемирной организацией здравоохранения в 2001 году: «Гестационный курьер (суррогатная мать): женщина, у которой беременность наступила в результате оплодотворения ооцитов, принадлежащих третьей стороне, сперматозоидами, принадлежащими третьей стороне. Она вынашивает беременность с тем условием или договором, что родителями рождённого ребёнка будут один или оба человека, чьи гаметы использовались для оплодотворения» [1].

Иногда о суррогатном материнстве говорят в случае искусственного оплодотворения женщины спермой мужчины с последующей передачей родившегося ребёнка этому мужчине и его жене (если он женат). В таком случае суррогатная мать является и генетической матерью ребёнка. Однако в Российской Федерации с 1 января 2012 года подобная



практика запрещена, то есть суррогатная мать не может быть одновременно донором яйцеклетки [5].

Ещё Плутарх описывал ситуацию, напоминающую современное суррогатное материнство: «Стратоника, понимая, что её мужу необходимо иметь законных детей для передачи по наследству его царской власти и не рожая сама, убедила его произвести детей с другой женщиной и позволить ей, Стратонике, принять их как своих родных. Дейотар, восхищенный её самоотвержением, предоставил ей свободу действий, и она, выбрав из числа пленных прекрасную девушку по имени Электра, свела её с Дейотаром, а родившихся от этого союза детей воспитала как своих законных, с любовью и великолепной щедростью».

В Древнем Риме мужчины отдавали своих жен внаем супружеским парам, где жена была бесплодна, и ребёнок, рождённый с помощью «наёмной» матери, в последующем являлся законным ребёнком бесплодной супружеской пары.

У древних евреев бездетные жёны прибегали к помощи рабынь, которые рожали ребёнка от мужа такой женщины. Но первой на руки его брала законная жена, тем самым демонстрируя свое неоспоримое право на младенца [4].

Научно-технический прогресс и процесс женской эмансипации способствовали поиску новых путей решения проблемы бесплодия. Современное суррогатное материнство стало возможным после появления технологий искусственного оплодотворения и экстракорпорального оплодотворения. Это сделало возможным получение генетического материала от генетических родителей с последующей «подсадкой» его для вынашивания и рождения ребёнка в естественный биологический инкубатор – организм суррогатной матери.

Впервые об успешном суррогатном материнстве было заявлено в 1980 году. Первой суррогатной матерью стала 37-летняя Элизабет Кейн из штата Иллинойс. Женщина, которая не могла иметь детей, так как у неё была заблокирована фаллопиева труба, заключила с Кейн договор, по которому ей проводилось искусственное оплодотворение спермой супруга бесплодной женщины, а после родов Кейн выплачивалось денежное вознаграждение. При этом Кейн имела троих собственных детей.

Среди требований, предъявляемых к суррогатным матерям можно выделить следующие:

- возраст от 20 до 34 лет;
- наличие собственного здорового ребёнка;
- отсутствие рубца на матке, кесарево сечения, аборт, внематочной беременности;
- психическое и соматическое здоровье;
- должно пройти более 6-12 месяцев после последних родов;
- отсутствие вредных привычек (курение, прием алкоголя, наркотиков);
- позитивный настрой на сотрудничество [2].

Споры на тему этичности суррогатного материнства не прекращаются с момента появления первого ребенка. Противниками его являются представители религиозных конфессий, моралисты, политики, часть общественности. С их точки зрения, материнство стало договорной работой, при этом ребенка превратили в подобие товара. Русская православная церковь утверждает, что практика суррогатного материнства, так же, как и экстракорпоральное оплодотворение, противоестественна и противоречит христианской морали. Даже мнение ученых о суррогатном материнстве резко расходятся. Многие психологи утверждают, что при суррогатном материнстве изначально нарушается связь между плодом и матерью.

Сторонники же суррогатного материнства подчеркивают, что порой оно является единственным и последним шансом для любящей семьи стать родителями генетически родного ребенка. При суррогатном материнстве практически нет пострадавшей, ущемленной стороны – мужчина и женщина обретают шанс стать нежными родителями, ребенок рождается долгожданный и любимый, суррогатная мама при этом решает свои материальные проблемы. И цена суррогатного материнства – счастливые семьи и счастливые дети, а не товарно-денежные отношения [3].

В рамках данного исследования на базе нашего учебного заведения было проведено анонимное анкетирование среди студентов и преподавателей. Был задан вопрос: «Как вы относитесь к суррогатному материнству? Аргументируйте свой ответ». Всего было опрошено 44 респондента следующих возрастных категорий: до 18 лет – 15 человек, от 18-25 лет – 22 человека, старше 25 лет – 7 человек.

Результаты этого анкетирования показали, что 6 человек (13,6 %) в возрасте до 18 лет относятся положительно к суррогатному материнству. Аргументировали они свой ответ так: «если у семьи не получаются дети, то лучше прибегнуть к суррогатному материнству и иметь родного ребенка, чем вообще жить без детей». Еще 6 человек этой же возрастной категории к суррогатному материнству относятся резко отрицательно. Вот какое обоснование своего ответа написал один из студентов: «лично для меня не приемлемо 9 месяцев носить ребенка под своим сердцем, чувствовать его каждой клеточкой тела, а потом отдать совершенно чужим людям, хоть и генетически родным. На такое могут пойти, по моему, только не адекватные люди. Лично я считаю, если не можете сами родить – возьмите из детдома».

Возрастная категория от 18 до 25 в большинстве своем (14 человек или 31,8 %) относится к суррогатному материнству положительно, считая, что «дети – это счастье в любой семье, и люди, которые по каким-либо причинам не могут иметь детей – несчастны, для них единственным выходом становится найти суррогатную мать для их будущего ребенка». Еще 5 человек (11,4 %) этой возрастной категории относятся отрицательно, потому что «у нас много детей в детских домах и если бог не дал своих детей, то не дал...». Три человека (6,8 %) этой возрастной категории не определились с ответом.

Старшее поколение высказало резко негативное отношение к суррогатному материнству. Из опрошенных семи человек, лишь один выразил свою нейтральную точку зрения. Обосновав это тем, что «это и хорошо и плохо. Хорошо для тех, кто не может сам родить, а с другой стороны – аморально для той, кто носит ребенка – отдать после рождения».

Делая выводы по анкетированию можно сказать, что молодежь лояльно относится к суррогатному материнству, а более зрелое поколение, категорически против, так как на собственном опыте знают о роли материнства и имеют опыт семейной жизни.

Мы живем в XXI веке – веке онлайн отношений, искусственных чувств, информационных технологий и разнообразных опытов и подвигов ученых. Споры «за и против» суррогатного материнства были и будут всегда. И каждая из сторон будет считать себя единственно правой. Но только сама женщина вправе решать, готова ли она предоставить свое тело для вынашивания чужого ребенка. И лишь мужчина и женщина, потерявшие надежду стать родителями традиционным способом, могут прийти к решению воспользоваться услугами суррогатной матери. У каждой точки зрения есть свои сторонники и противники и каждая из них имеет право на существование.

#### **Список использованных источников**

1. «Проблемы Репродукции». Издательство «Медиа Сфера» [Электронный ресурс]. – Рекомендации ВОЗ: терминология ВРТ. – Режим доступа: <http://www.mediasphera.ru/journals/reproduction/detail/289/4375/>.
2. Сайт клиники «Персона» [Электронный ресурс]. – Вопросы от суррогатной мамы <http://personachild.ru/faq/>.
3. Сайт о беременности и родах «MyMummy.ru» [Электронный ресурс]. – Суррогатное материнство в России. – Режим доступа: <http://www.mymummy.ru/planirovanie/surrogatnoe-materinstvo-v-rossii.html>.
4. Суррогатное материнство [Электронный ресурс]. – Свободная энциклопедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>.
5. Федеральный закон № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (глава 6, статья 55, пункт 10) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://base.garant.ru/12191967/6/#block\\_160](http://base.garant.ru/12191967/6/#block_160).

*Айтакова А.Д.*  
*студентка 2 курса*  
*факультета правового и социально-педагогического образования*  
*Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.*  
*д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор*  
*Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет*  
*(г. Пермь)*

#### **Гражданско-правовой анализ договора коммерческого найма жилого помещения**

Прекращение жилищного правоотношения, возникающего из договора найма жилого помещения, может иметь место как вследствие расторжения договора найма, так и по другим основаниям (смерть одинокого нанимателя). Поэтому понятие «прекращение договора найма» шире понятия «расторжение договора найма». Расторжение договора найма жилого помещения – это волевой акт, являющийся по своей юридической природе односторонней или двусторонней сделкой. Как любой гражданско-правовой договор, договор найма жилого помещения может быть расторгнут по соглашению сторон [1, с.14-15].

Таким образом, договор коммерческого найма, как и любой гражданско-правовой договор, может быть прекращен при наличии волеизъявления сторон (стороны) договора – расторжение договора и независимо от их волеизъявления (в случае утраты жилого помещения, смерти одиноко проживающего гражданина-нанимателя, объявления его умершим, признания безвестно отсутствующим).

Общие основания прекращения договора коммерческого найма жилого помещения изложены в гл. 26 ГК «Прекращение обязательств», выделим некоторые из них: прекращение обязательства его надлежащим исполнением (ст. 408 ГК); прекращение обязательства совпадением должника и кредитора в одном лице, например, наниматель как наследник становится собственником нанятого жилого помещения (ст. 413 ГК); прекращение обязательства невозможностью исполнения, если она вызвана обстоятельством, за которое ни одна из сторон не отвечает, например разрушение жилого помещения, его утрата в связи со сносом дома и т.д. (ст. 416 ГК); прекращение обязательства смертью гражданина (в данном случае только одиноко проживающего нанимателя в силу п. 2 ст. 686, ст. 675 ГК) (ст. 418 ГК); прекращение обязательства ликвидацией юридического лица (в данном случае юридического лица – наймодателя) (ст. 419 ГК).

Прекращение договора может наступить по причине отказа от продления договора наймодателем в связи с решением не сдавать в течение не менее года жилое помещение в наем. В этом случае наймодатель обязан не позднее чем за три месяца предупредить об этом нанимателя (Ст. 684 ГК РФ).

ГК содержит специальные правила, посвященные основаниям и порядку расторжения договора коммерческого найма (ст. 687 ГК). Особенность данной статьи состоит в том, что она допускает субсидиарное применение жилищного законодательства (п. 3 ст. 687 ГК). При этом согласно ст. 688 ГК последствием расторжения договора коммерческого найма является выселение из жилого помещения на основании решения суда как самого нанимателя, так и других граждан, которые к моменту расторжения договора проживали в указанном помещении [2, с. 24-25].

Основания и порядок расторжения договора коммерческого найма устанавливаются ст. 687 ГК РФ:

Наниматель жилого помещения вправе с согласия других граждан, постоянно проживающих с ним, в любое время расторгнуть договор найма с письменным предупреждением наймодателя за три месяца.

Договор найма жилого помещения может быть расторгнут в судебном порядке по требованию наймодателя в случаях:

Невнесения нанимателем платы за жилое помещение за шесть месяцев, если договором не установлен более длительный срок, а при краткосрочном найме в случае невнесения платы более двух раз по истечении установленного договором срока платежа;

Разрушения или порчи жилого помещения нанимателем или другими гражданами, за действия которых он отвечает.

Любая из сторон договора коммерческого найма жилого помещения может потребовать расторжения договора в судебном порядке по основаниям, указанным в п. 3 ст. 687 ГК и в жилищном законодательстве, в частности в ст. 83 ЖК. К сожалению, в этом пункте содержится лишь общая отсылка к жилищному законодательству, что нельзя признать правильным. Расторжение договора коммерческого найма жилого помещения влечет серьезные последствия для сторон, поэтому в самой ст. 687 ГК следовало бы указать исчерпывающий перечень оснований такого расторжения, а не ограничиваться указанной отсылкой. Для нанимателя право на расторжение договора, установленное настоящим пунктом, не столь актуально, поскольку он в соответствии с п. 1 ст. 687 ГК РФ и так вправе в любое время без объяснения причин во внесудебном порядке односторонне расторгнуть договор. Таким образом, это право в основном – для наймодателя.

Если наниматель жилого помещения или другие граждане, за действия которых он отвечает, используют жилое помещение не по назначению, либо систематически нарушают права и интересы соседей, наймодатель может предупредить нанимателя о необходимости устранения нарушения. Если наниматель или другие граждане, за действия которых он отвечает, после предупреждения продолжают использовать жилое помещение не по назначению или нарушать права и интересы соседей, наймодатель вправе в судебном порядке расторгнуть договор найма жилого помещения (п. 4 ст. 687).

В качестве последствия расторжения договора коммерческого найма, как уже отмечалось ранее, ст. 688 ГК называет выселение. Выселение – это принудительное изъятие жилой площади у лиц, которые не имеют на нее права или право которых прекратилось по установленным законом основаниям. Данное последствие как принудительная мера применимо только к случаям расторжения договора по инициативе наймодателя [3, с. 12].

Можно сделать вывод о том, что наниматель по договору коммерческого найма жилого помещения более защищен, чем наймодатель. Во-первых, это проявляется в том, что расторжение договора по инициативе наймодателя возможно только в судебном порядке, а по инициативе нанимателя в любое время [4, с. 23-24]. Во-вторых, при задолжности по оплате суд исследует причины образовавшейся задолжности и если он посчитает их уважительными договор не расторгается. В-третьих, при разрушении или порче жилого помещения судебным решением нанимателю предоставляется срок для восстановления пригодности жилого помещения для проживания.

#### **Список использованных источников**

1. Рузанова В. Д. Расторжение договора найма жилого помещения. // Жилищное право 2005. № 3. С. 14 – 15.
2. Кириченко О. В. Основания и порядок изменения, прекращения договора коммерческого найма жилого помещения. // Нотариус. 2007. № 3. С. 24 – 25.
3. Аполлонов А. О., Страунинг Э. Л. О правилах пользования жилыми помещениями // Жилищное право. 2006. № 5. С. 12.
4. Кириченко О. В. Права, обязанности и ответственность нанимателя по договору коммерческого найма жилого помещения // Нотариус. 2007. № 1 С. 23 – 24.

### **Гражданско-правовая характеристика договора подряда**

Глава 37 Гражданского Кодекса Российской Федерации регулирует отношения возникающие по договору подряда. Согласно статьи 702 договор подряда – это договор, по которому одна сторона (подрядчик) обязуется выполнить по заданию другой стороны (заказчика) определенную работу и сдать ее результат заказчику, а заказчик обязуется принять результат работы и оплатить его[1].

Приведенное определение позволяет квалифицировать подряд как договор возмездный (работы выполняются и результат передается за плату), консенсуальный (договор вступает в силу с момента его заключения и до передачи вещи), а также двусторонний (каждая из сторон договора имеет права и обязанности) и к тому же синаллагматический (обе стороны договора принимают обязательства в целях получения встречного исполнения от контрагента).

Как отмечают некоторые авторы, Гражданский Кодекс РФ весьма существенно расширил не только предмет подряда, но и круг работ, которые можно именовать как подрядные работы, или подряд [2, с.159].

Работы, выполняемые по договору подряда, характеризуются следующими признаками: договор подряда заключается на изготовление или переработку (обработку) вещи либо на выполнение другой работы с передачей ее результата заказчику; по договору подряда, заключенному на изготовление вещи, подрядчик передает права на нее заказчику; а если иное не предусмотрено договором, подрядчик самостоятельно определяет способы выполнения задания заказчика [1].

В условиях развития в России рыночных отношений очевидна необходимость качественного правового регулирования отношений всех участников гражданского оборота.

Договор подряда имеет самое широкое применение. Он используется всюду, где речь идет о работах, имеющих определенный, отдельный от них результат, при этом сторона, выполняющая работы, сама же их и организует. Результатом работы обычно является создание новой вещи: от пошитого платья до выстроенного здания. Но подряд имеет место и тогда, когда заказчик передает принадлежащую ему вещь для переработки или обработки. Наиболее важную сферу применения подряда составляет строительство. При этом подряд опосредует в равной мере как собственно строительство, так и тесно связанные с ним проектные, изыскательские, монтажные, и другие работы. Подрядный договор обслуживает и личные потребности граждан. К нему прибегают при строительстве дачи или жилого дома, заказывая картину или переделку старого автомобиля[3, с.10].

В связи с широким распространением договора подряда необходимо его качественное правовое регулирование, которое должно осуществляться с учетом достижений науки гражданского права.

Договор подряда имеет ряд признаков, схожих с другими договорами. Так, иногда трудно разграничить договор подряда и договоры купли-продажи, мены, поручения, возмездного оказания услуг, а также договор подряда и трудовой договор.

Некоторые правила, отражающие отношения по передаче имущества в собственность контрагенту, на которые не влияет специфическая направленность на выполнение работы, распространены в ГК РФ только на один из договоров (либо куплю-продажу, либо подряд). В частности, в статье 726 предусмотрена обязанность подрядчика передать заказчику информацию, касающуюся использования предмета договора подряда, если это

предусмотрено договором, либо характер информации таков, что без нее невозможно использование результата работы для целей, указанных в договоре [1].

Множество споров вызывает вопрос о том, кому принадлежит право собственности на изготавливаемую вещь – заказчику или подрядчику. Следует констатировать, что действующее законодательство считает заказчика собственником вещи, созданной по договору подряда, причем с момента ее создания (разумеется, если вещь индивидуализирована). Из этого положения следуют два вывода. Подрядчик не вправе отчуждать третьим лицам изготовленную им вещь (за исключением случая, указанного в статье 720 ГК РФ). Кроме того, заказчик вправе как собственник защищать свое право на созданную вещь против подрядчика или против третьих лиц [4, с.616].

Устранение указанных недостатков поможет более качественно регулировать отношения, возникающие по договору подряда, а значит, более полно защитить права граждан и организаций, что полностью соответствует принципам правового государства.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 28.06.2012) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.07.2013)// «Российская газета», N 23, 06.02.1996, N 24, 07.02.1996, N 25, 08.02.1996, N 27, 10.02.1996.
2. Алексеев С.С., Гонгалов Б.М., Мурзин Д.В. и др. Гражданское право: учебник (под общ. ред. чл.-корр. РАН С.С. Алексеева). – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: «Проспект», 2011, 159 с.
3. М.И. Брагинский, В.В. Ветрянский. Договорное право. Договоры о выполнении работ и оказании услуг. Книга третья. – М.: 2008 год, 1056 с.
4. Гражданское право. В 4-х томах. Под ред. Суханова Е.А. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: 2008, Том 3, 766 с.

*Батыркаева Л.Р.*  
*студентка 2 курса, факультета правового и социально-педагогического образования*  
*Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.*  
*д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор*  
*Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет*  
*(г. Пермь)*

#### **Правовое регулирование договора поставки в современных рыночных условиях**

Договор поставки является одним из договоров, наиболее часто применяемых в предпринимательской деятельности. Он составляет основу любых современных торговых операций, что и определяет его особый статус среди других хозяйственных договоров.

Основным смыслом выделения договора поставки в отдельный вид договора купли-продажи является необходимость обеспечения детальной правовой регламентации отношений, складывающихся между профессиональными участниками имущественного оборота.

Поставка – один из наиболее распространенных в сфере предпринимательства договоров, который опосредует возмездное перемещение материальных благ, без чего невозможно нормальное функционирование экономики. Его можно считать традиционно российским предпринимательским договором, поскольку уже в середине XVIII века он специально регулировался отечественными правом, и практически не имел аналогов в зарубежных законодательствах того периода. Еще Г. Шершеневич отмечал: «Совокупность юридических отношений, охватываемых на Западе одним понятием купли-продажи, у нас разлагаются на три вида по едва уловимым признакам, а именно: на куплю-продажу в тесном значении этого слова, запродажу и поставку. В этом случае законодатель принял бытовые

понятия, не обратив внимания на то, что они не содержат в себе достаточно юридических различий. С этой системой трех договоров, служащих одним и тем же юридическим средством достижения экономической цели, русское законодательство стоит совершенно одиноко среди других правильных законодательств».

Формирование в 90-х годах в экономике России рыночных отношений, отказ от жесткого планового регулирования производства и распределения товаров привели к изменению роли гражданско-правового договора в хозяйственном обороте, обусловили новую систему договоров. В процессе разработки ГК РФ вопрос о сохранении договора поставки оказался дискуссионным. Были предложения сформулировать нормы о договоре оптовой продажи как вида договора купли-продажи. Однако объективно существующие потребности хозяйственного оборота, традиции, деловая практика даже при трактовке поставки как вида купли-продажи диктовали сохранение ряда особенностей в регулировании отношений по поставкам в хозяйственном обороте и в предпринимательской деятельности. Особый правовой режим оптовой торговли ранее устанавливался законодательством, однако термин "оптовая торговля" применялся только к отношениям с участием профессиональных посреднических организаций – снабженческих, сбытовых, торговых, действовавших в сфере торгового оборота. Все же в результате споров победила точка зрения о необходимости сохранения договора поставки как подвида договора купли-продажи. Гражданский Кодекс РФ 1994 г. признал договор поставки видом договора купли-продажи, подчиняющимся общим положениям ГК РФ о договоре купли-продажи.

Статьей 506 ГК РФ договор поставки определен как договор, по которому поставщик – продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Это определение понятия договора поставки раскрывает содержание его юридической природы: данный договор, так же, как и договор купли-продажи, является консенсуальным, возмездным, двусторонним (синаллагматическим) договором. Консенсуальным – поскольку считается заключенным с момента, когда стороны достигли соглашения по всем существенным условиям (поставщик обязуется передать товары покупателю, а последний – оплатить их). Возмездным – поскольку основанием исполнения обязательства по передаче товара является получение встречного удовлетворения [2, с.101].

Специфика поставки в том, что это – сугубо предпринимательское правоотношение, в котором и продавец, и покупатель действуют с предпринимательской целью. Те лица, которые приобретают товар для бытовых нужд, не входят в круг субъектов поставки, являясь участниками иного, бытового, договора – розничной купли-продажи. Именно цель приобретения товара и является вторым признаком, позволяющий отличить договор поставки от иных видов договора купли-продажи.

Основным правовым источником для регулирования договора поставки служат нормы Главы 30 ГК РФ. Надо отметить, что Кодекс в этой части учитывает правила, установленные Венской конвенцией о международных договорах купли-продажи товаров, участником которой является Россия. Договор поставки как вид договора купли-продажи подчиняется общим положениям о купле-продаже, включенным в §1 Главы 30 ГК РФ. Вместе с тем, непосредственно договор поставки регулируется нормами §3 той же главы. Однако в этом параграфе отсутствуют нормы о таких важных условиях договора поставки, как количество и ассортимент, качество и комплектность, цена, расчеты и др. такое соотношение норм обусловлено тем, что юридически эти договоры близки друг другу. Поэтому при применении норм ГК РФ необходимо, прежде всего, учитывать соотношение упомянутых выше норм. Наряду с нормами Гл.30 ГК РФ к договору поставки применяются другие федеральные законы, а также постановления Правительства РФ, регулирующие отношения по поставкам.

Сторонами договора поставки обычно являются лица, ведущие предпринимательскую деятельность. На стороне поставщика, как правило, выступают коммерческие организации и граждане-предприниматели. Покупателями, в принципе, могут быть любые лица (за исключением гражданина, приобретающего товары для бытовых нужд), однако чаще всего – это тоже предприниматели. Государство может также выступать покупателем по договору поставки, но чаще всего эти отношения оформляются государственным контрактом на поставку товаров для государственных нужд.

Предметом договора поставки могут быть любые не изъятые из оборота вещи. В большинстве случаев они определяются родовыми признаками, однако закон не препятствует продаже и индивидуально-определенных вещей. На момент заключения договора поставщик, как правило, еще не располагает товарами для поставки, поэтому предметом договора могут выступать и будущие вещи. Ст.506 ГК РФ ограничивает предмет договора поставки товарами, которые производятся или закупаются поставщиком. Не могут быть предметом договора недвижимость, ценные бумаги, имущественные права. В юридической литературе была высказана мысль о том, что предметом поставки могут быть только новые вещи, не бывшие в употреблении. Представляется, что поскольку правовая база поставки отражает специфику предпринимательской купли-продажи независимо от того, какие вещи являются ее предметом (новые или бывшие в употреблении), указанные особенности предмета не имеют значения для квалификации данного договора.

Обязанности поставщика-продавца заключаются в передаче товара покупателю со всеми необходимыми принадлежностями и документами, в согласованном количестве, ассортименте и комплекте (комплектности), установленного качества, свободным от прав третьих лиц, в надлежащей упаковке и (или) таре. Основные обязанности покупателя по договору поставки заключаются в принятии товара и его оплате.

Важно подчеркнуть, что почти всем обязанностям поставщика корреспондируют права покупателя требовать от продавца выполнения своих обязанностей, в том числе с исполнением своих договорных обязательств наиболее разумным и добросовестным образом (п.3 ст.10 ГК РФ). И напротив, всем правам продавца по общему правилу противостоят определенные обязанности покупателя. Это положение соответствует принципу юридического равенства сторон (п.1 ст.1 ГК РФ) и является неотъемлемым свойством гражданского правоотношения [1,с.111].

Таким образом, можно сделать общий вывод, что практическая реализация договора поставки должна основываться на добросовестном и своевременном исполнении принятых на себя обязательств по договору, что позволит избежать большинства конфликтных ситуаций. Грамотно составленный и оформленный договор защитит интересы хозяйствующих субъектов, и даже в непредвиденных случаях действующее законодательство поможет отрегулировать спорные вопросы, возникшие между сторонами.

В начале третьего тысячелетия в условиях рыночной экономики наблюдался повсеместный рост производства и, в наибольшей степени, торговли, которая достигла весьма внушительных размеров. Следствием этого явилось резкое увеличение товарооборота, причем в области крупных и долгосрочных поставок. В настоящее время, в условиях пусть и временного, экономического кризиса, субъекты гражданских правоотношений в еще большей степени заинтересованы в надежных связях с поставщиками товаров. Поэтому договоры поставки, получившие широкое распространение в конце 90-х годов, не теряют свою актуальность и сегодня.

#### **Список использованных источников**

1. Бобкова О.В. Договоры поставки. – М.:Экзамен. 2008. С. 111.
2. Тихомиров М.Ю. Разрешение договорных споров: комментарии, образцы претензий и исковых заявлений.2-е издание. // Тихомиров М.Ю. – 2008. С. 101



### **Влияние правовой культуры на экономическую жизнь общества и государства**

Сравнительно недавно ученые заговорили о таком феномене как «правовая культура». Однако до сих пор сложно дать однозначный ответ, что же она собой представляет. В современной науке содержится более 400 различных определений понятия «культура», поэтому юристы и правоведы не могут прийти к единому пониманию правовой культуры. Однако чаще всего в научной литературе выделяют три подхода к определению правовой культуры.

Сторонники философского подхода выделяет ее ценностную характеристику, ведь ценность является ядром культуры. Так, С.С. Алексеев считает, что правовая культура «представляет собой своего рода юридическое богатство, выраженное в достигнутом уровне развития регулятивных качеств права, накопленных правовых ценностей, тех особенностей права, юридической техники, которые относятся к духовной культуре, к правовому прогрессу» [1,119].

Представители деятельностного подхода рассматривают правовую культуру как результат правовой деятельности человека. Петербургский теоретик права А.В. Полякова пишет, что «под культурой чаще всего понимают все то, что создано человеком, в отличие от созданного природой. Правовая культура есть правовая среда обитания людей. Она включает в себя все правовые ценности, способы и типы восприятия этих ценностей, а также деятельность по их созданию, пользованию и реализации» [3,312].

И, наконец, сторонники социологического подхода полагают, что правовая культура является процессом развития и образования жизни общества. Одним из сторонников данного подхода является В. П. Сальников, который считает, что правовая культура «есть особое социальное явление... Правовую культуру личности и общества можно рассматривать как одну из категорий общечеловеческих ценностей, как важнейший результат общедемократических завоеваний прогрессивного человечества. Она становится неотъемлемым компонентом цивилизованности и правового государства» [4,495].

Однако независимо от классификации определений ученых, они все сходятся во мнении, что правовая культура неотделима от ее носителя – субъекта права. Так, профессор В.П. Сальников метко подметил: «Правовая культура немыслима без человека и его деятельности, определяемой мировоззрением, без прогрессивной направленности этой деятельности и этого мышления» [4,501]. Более детально рассматривает взаимосвязь личности и правовой культуры профессор А.С. Бондарев, который называет ее «живой» правовой культурой. Он пишет, что «... правовая культура есть только «живое» человеческое явление. Она живет только в правовом сознании и правомерном поведении всех субъектов права, действующих именно в данное время и в данном правовом пространстве» [2,30]. Таким образом, культура живет до тех пор, пока живет и действует субъект права. Правовая культура уходит вместе с ее носителем. Общество создает ценности и выражает их конкретном предмете своей деятельности, что способствует ее прогрессивному развитию. Порой «живая» правовая культура, материализуясь в определенный предмет, будь то нормативно-правовой акт, либо какая-либо теория, может воздействовать на сознание людей и после смерти ее создателя и носителя правовой культуры. Однако в большинстве своем правовая культура способна влиять, когда ее носителем выступает живой человек, действующий согласно своим высоким правовым ценностям.

На первый взгляд, правовая культура относится преимущественно к праву, однако нельзя рассматривать ее отдельно от других явлений, отделить ее от внешней среды, она

функционирует именно во взаимосвязи с внешним миром. Поэтому невозможно себе представить правовое государство без высокого уровня правовой культуры населения, правоохранителей и должностных лиц. Правовая культура оказывает влияние не только в правовой сфере, но и в экономической, в том числе налоговая, финансовая, трудовая и т.д. Экономика страны строится на законах, именно они регулируют деятельность граждан. От уровня правовой культуры зависит и качество законов и иных нормативно-правовых актов. К регулированию экономических отношений относятся правовые нормы как общих, так и специальных нормативно-правовых актов, направленные на регулирование только экономических отношений. Общество с высоким уровнем правовой культуры способно путем внесения новых и рациональных идей и предложений создать эффективную законодательную базу для регулирования экономической сферы страны. Так, без соответствующих знаний и убеждений субъект права не сможет выявить эффективные правовые регуляторы в экономике. К примеру, в налоговой сфере необходимо найти такие подходы, которые бы эффективно решали проблему неплатежей, сокрытия доходов, неэффективность существующих льгот и т.д. Кроме того, все это способствует развитию теневой экономики, поэтому необходимо найти также путь по превращению теневой экономики в государственную. Каждая сфера экономики нуждается в ликвидации пробелов правового регулирования, а этого можно достичь только путем воспитания высокого уровня правовой культуры.

В современном мире до сих пор остается актуальным вопрос о повышении уровня правовой культуры каждого гражданина. Человек с низкой правовой культурой чаще всего обращает внимание на наиболее значительные правонарушения, например преступления, остальные же случаи остаются без внимания. Сущность человека выражается в его культуре. Культура представляет собой выражение воли, духа и свободы. Культура требует свободы выражения духа, а право выступает как ограничение свободы в выражении в деятельности человека. Однако, выражение «духа» может породить хаос, и право способно раскрыть свою сущность и проявить себя в упорядочении жизни, преодолению хаоса, привести к гармонии. Таким образом, правовая культура представляет собой облагораживание, «огранку» деятельности людей посредством правовых норм и отношений.

Уровень правовой культуры, прежде всего можно обнаружить в издаваемых законах и иных нормативных правовых актов. На практике же получается, что не все издаваемые акты способны выполнять те задачи, ради которых они были изданы. Недоработанные идеи становятся некачественными правовыми актами, неизученность сферы регулирования ведет к пробелам в законодательстве, к дублированию норм, а порой и издание подзаконных нормативно-правовых актов, противоречащих закону. Так, в статье «Почему законы сырые?» еженедельника «Аргументы и Факты» указываются причины некачественности законов. Во-первых, лишь формальный процесс принятия законов, в рамках которого депутаты, главным образом, стараются без лишних конфликтов принять закон. И как следствие, вслед за изданием закона выходит множество поправок и изменений к нему. Во-вторых, малая заинтересованность депутатов в принятии качественного закона, ведь их посещаемость оставляет желать лучшего. Так, при принятии закона о запрете алкоголя для автомобилистов проголосовало 449 из 88 депутатов, находящихся в зале. В-третьих, некомпетентность чиновников, которые занимаются разработкой законопроекта. Они порой решают только узкие задачи и не выходят за рамки изучаемой области, что не позволяет просчитать все последствия разрабатываемого проекта. И, наконец, странные инициативы депутатов, которые предлагают то «право пчеловодов преследовать свой пчелиный рой», то «ввести ответственность за умышленное истребление грибов». Таким образом, низкая правовая культура, а порой и антикультура, сказываются на уровне законодательства, что, в свою очередь, влияет на уровень экономики в стране [5].

Но развитию экономики препятствует уровень правовой культуры не только чиновников, но и обычных граждан. В обыденной жизни мало кто задумывается о важности знаний законов, они лишь примерно знают, о чем тот или иной закон. Однако жизнь порой

заставляет каждого столкнуться с нормами законов, и только тогда человек понимает, что без профессиональной помощи обойтись невозможно. Но не все и не всегда обращаются за помощью, что порой чревато упущенным временем, либо оставлением нарушения без внимания и наказания в силу невозможности самим доказать нарушение прав. Низкая правовая культура способствует коррупции, мошенничеству, взяточничеству и т.д. Ведь все это происходит именно от незнания законов, своих прав и обязанностей.

Следовательно, развитие экономики необходимо начинать с повышения уровня правовой культуры граждан. Причем целесообразно не только разработать и внедрить программы по воспитанию, но и заниматься самовоспитанием. Ведь именно с решения самого человека зависит, насколько прогрессивным будет его развитие правовой культуры. Прогресс развития личности и хорошие результаты достигаются только тогда, когда человек сам осознает свою ответственность, важность своих действий и всю значимость последствий совершаемых поступков.

#### **Список использованных источников**

1. Алексеев С.С. Право: Азбука – теория – философия: Опыт комплексного исследования. М.: Статут, 1999. – 711 с.
2. Бондарев А.С. Правовая культура – фактор жизни права: монография. – М.: Юрлитинформ, 2012. – 248 с.
3. Поляков А. В. Общая теория права. Курс лекций. СПб.: Юрид. центр Пресс, 2001. – 642 с.
4. Сальников В.П. Правовая культура. В кн.: Общая теория права. Курс лекций / под общ. ред. В. К. Бабаева. Нижний Новгород: Изд-во Нижегород. ВШ МВД РФ, 1993. – 544 с.
5. Почему законы сырые? // Аргументы и факты. – 2011. – № 7. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.aif.ru/money/corruption/23462> (дата обращения 01.03.2014).

*Волкова Э.Ю.*  
*студентка 6 курса юридического факультета*  
*Научный руководитель: Головкина Д.В., канд. юрид. наук, доцент,*  
*доцент каф. гражданского права*  
*Западно-Уральский институт экономики и права*  
*(г. Пермь)*

#### **Актуальность договора возмездного оказания медицинских услуг в современных условиях**

Искренняя забота о благополучии и здоровье населения – основа плодотворного руководства, главная составляющая деятельности правительства любой современной страны. Это предполагает, прежде всего, создание наилучшей, справедливой и желаемой населением системы здравоохранения. Как отмечено в одном из ежегодных отчетов Всемирной организации здравоохранения (далее – ВОЗ), здоровье людей – это всегда национальный приоритет, ответственность, которую несет правительство страны [13, с.5].

Здоровье человека – высшее неотчуждаемое благо, без которого утрачивают свое значение многие другие блага и ценности. Одним из важнейших прав человека является право на охрану здоровья и медицинскую помощь, закрепленное в ст.41 Конституции РФ. В Российской Федерации принимаются меры по развитию не только государственной и муниципальной, но и частной системы здравоохранения (п. 1,2 ст. 41 Конституции РФ) [1].

Государственная политика РФ в сфере здравоохранения направлена на обеспечение доступности медицинской помощи и достижение целей, поставленных при разработке и принятии основополагающих законодательных актов Российской Федерации в сфере здравоохранения (федеральные законы «Об основах охраны здоровья граждан в Россий-

ской Федерации» (далее – Основы)[6], «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации») [4].

Однако, исходя из очевидных фактов, напрашивается вывод, что сегодня человек занимает в системе приоритетов правительства далеко не первое место. Судить об этом можно по следующим данным: в 2013 году расходы на здравоохранение составили 3,7% валового внутреннего продукта (далее – ВВП) при рекомендуемом ВОЗ уровне в 5% ВВП. Уважаемый детский врач Леонид Рошаль прямо сказал, что необходимо «поднять долю здравоохранения во внутреннем валовом продукте с позорных 3,7% до 6»[16]. Вместо этого в проекте бюджета на ближайшие годы предусматривается сокращение расходов на эту статью. В 2014 г. на здоровье нации будет направлено всего 3,3% ВВП [14].

Поэтому в настоящее время наряду с бесплатной гарантированной государством медицинской помощью широкое распространение получило оказание населению платных медицинских услуг. Согласно опросам исследовательского холдинга РОМИР, в 2005 году платными услугами пользовались 62% населения, а в 2013 их уже было 67%. Число тех, кто не может оплатить никакие медицинские услуги, за тот же период снизилось с 21% до 9%. Это говорит не только о росте доходов, но и о неудовлетворенности людей бесплатным здравоохранением [Рг 15].

Эксперты единодушны в том, что рынок платных медицинских услуг в России будет динамично развиваться, следовательно, роль договора возмездного оказания медицинских услуг как юридической формы обеспечения реализации гражданами права на медицинскую помощь будет все более возрастать. Проведенное автором исследование этого вопроса позволило сформулировать некоторые выводы.

Бесспорен вывод о том, что отношения, связанные с оказанием бесплатной медицинской помощи в рамках обязательного медицинского страхования, подпадают под гражданско-правовое регулирование, так как по своей природе являются возмездными. Кроме того, правоотношения по оказанию безвозмездных медицинских услуг также регулируются.

В результате изучения договорных условий сделан вывод о делении их на существенные и иные (несущественные). В качестве единственного существенного условия договора выступает его предмет – медицинская услуга. При этом в договоре обязательно должны быть отражены его структурные элементы: наименование, объем, качество. Качество услуги представляет собой свойство процесса взаимодействия исполнителя и пациента. В свою очередь критериями определения качества будут являться: квалификация исполнителя; современная оснащенность исполнителя (наличие оборудования, лекарственное обеспечение, наличие расходных материалов), соответствие медицинской услуги принятым стандартам; фактическое достижение цели услуги (удовлетворенность пациента результатом услуги). Обеспечение надлежащего качества медицинской услуги на практике достигается благодаря лицензированию медицинской деятельности и аккредитации медицинских организаций.

В ходе исследования проблем, связанных с формой договора возмездного оказания медицинских услуг, сделан вывод о том, что применительно к возмездному оказанию медицинских услуг необходимо составление и подписание сторонами отдельного документа. Отсутствие письменного изложения условий договора свидетельствует о не информированности пациента об оказываемой услуге, что на практике не позволяет установить пределы услуги, ее фактические границы, момент завершения.

Анализ действующих нормативных правовых актов, регулирующих отношения по возмездному оказанию медицинских услуг, показывает необходимость совершенствования отдельных положений как законодательства об охране здоровья, так и ГК РФ, в связи с чем предлагается внести ряд изменений в действующие нормативные правовые акты:

1. Видится целесообразным в ГК РФ ввести специальную главу, посвященную регулированию договоров на оказание медицинских услуг с учетом вышеизложенных особенностей данного вида услуг.

2. Необходимо отменить «Территориальные программы государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи» разрабатываемые в субъектах РФ, так как они дискриминируют равные права граждан, предусмотренные Конституцией (ст.19 п.2. государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств. Запрещаются любые формы ограничения прав граждан по признакам социальной, расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности).

То есть, в одном регионе граждане по территориальной программе смогут бесплатно излечиться от определённой болезни (недуга), а граждане проживающие в другом регионе, будут вынуждены платить за лечение данной болезни, из-за того что, её лечение не предусмотрено ни местной территориальной программой, ни федеральной программой.

Программа оказания бесплатной медицинской помощи должна быть одна, её лишь нужно расширить.

3. Необходимость оформления добровольного информационного согласия (ДИС) диктуется нормами Основ, но до настоящего времени отечественная нормативная база не дает разъяснений по поводу того, как должно оформляться ДИС. Поэтому необходимо ввести единую форму ДИС.

4. Видится, что наиболее важные и принципиальные вопросы, связанные с предоставлением медицинских услуг, с отражением особенностей и специфики этой сферы деятельности, должны найти свое решение в законе «О здравоохранении в Российской Федерации» и в законе «О защите прав потребителей медицинских услуг (пациентов)».

Автор присоединяется к мнению многих ученых, что назрела пора принятия Медицинского кодекса, который должен послужить основой российского медицинского права. В этом документе должны быть четко определены пределы компетенции медицины по охране здоровья человека – лечебно-диагностические, медико-профилактические и фармацевтические ее аспекты. В документе должны быть также даны основные юридические понятия, которые в настоящее время широко применяются, но по-разному трактуются, а именно; врачебное и медицинское вмешательство, врачебные, фельдшерские, сестринские действия и процедуры, единые принципы ведения медицинской документации, права и обязанности должностных лиц (главного врача, заместителей, заведующего отделением, дежурных врачей, сотрудников приемного отделения и отделений лечебно-диагностических или санитарно-эпидемиологических учреждений, аптек, главных и старших медицинских сестер и других должностных лиц).

Медицинский кодекс должен содержать и порядок, и процедуру разбора конфликтных ситуаций администрацией и этическими комитетами, а также – в гражданском суде, порядок получения информированного добровольного согласия пациента и форму его оформления в медицинских документах. Необходимо разобраться с правомерностью различного рода расписок пациентов, практикующихся в настоящее время. А также решить и многие другие вопросы, которые сейчас освещаются в различных законодательных актах, либо в приказах и распоряжениях министра здравоохранения, либо в виде самостоятельных, подчас несоответствующих действующему законодательству актах местных органов здравоохранения и главных врачей.

Создание кодекса – громадная, очень тяжелая, но жизненно необходимая работа, выполнение которой значительно облегчит профессиональную деятельность медицинских работников и, самое главное – будет гарантией здоровья пациентов.

#### **Список использованных источников**

##### ***Нормативно-правовые акты***

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993), (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ

от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 26.01.2009. № 4. ст. 445.

2. Федеральный закон от 29.11.2010 № 326-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 06.12.2010. № 49. Ст. 6422.

3. Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. № 48. 28.11.2011. Ст. 6724.

#### ***Периодические издания***

4. Квернадзе Р.А. Оценка систем здравоохранения с позиций Всемирной организации здравоохранения // Здравоохранение. – 2009. – №11. – С.5.

#### ***Электронные ресурсы***

5. Основные направления бюджетной политики на 2013 год и плановый период 2014 и 2015 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: официальный сайт Министерства финансов РФ // [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru).

6. Российская газета. 10 октября 2012 г. № 5906 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.rg.ru/2012/10/10/meduslugi.html>.

7. Рошаль Л. Вызов врача // Новая Газета. 2011. № 41. Всероссийская пресс-конференция партии «Правое дело». 4 сентября 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: / <http://www.pravdazanami.ru/tribune/3844.html>.

*Данилов Н.Е.*

*курсант 1 курса, рядовой внутренней службы*

*Научный руководитель: Иванова О.А.*

*доцент каф. государственно-правовых дисциплин, канд. юрид. наук, доцент  
Пермский институт ФСИН России*

*(г. Пермь)*

### **Развитие аутсорсинга в органах государственной власти**

Вопрос о развитии технологий аутсорсинга в органах государственной власти является достаточно актуальным в наше время. Ведь благодаря этой реформе государство сможет сократить свои расходы на значительную часть.

К настоящему времени в большинстве органов государственной власти проведена определенная работа по выявлению избыточных и дублирующих видов деятельности, однако, по оценке специалистов, желаемые результаты не были достигнуты. Ряд видов деятельности органов государственной власти продолжает исполняться неэффективно и не всегда на высоком качественном уровне. В свою очередь, в рыночной среде присутствуют компании, которые обладают специальными компетенциями и подходами и которые могли бы осуществлять эти виды деятельности с большей эффективностью. Привлекать негосударственные организации к решению отдельных задач, стоящих перед органами государственной власти, позволяет аутсорсинг. Аутсорсинг может стать ответом на вопрос, как обеспечить снижение затрат и повысить эффективность деятельности при сохранении высокого качества работы органа государственной власти. Расширение участия частных компаний в деятельности государственных структур также поддержано на уровне Президента и Правительства Российской Федерации.

Таким образом, разработка методических принципов использования аутсорсинга в органах государственной власти представляет собой актуальную задачу на современном этапе реализации административной реформы в Российской Федерации [1].

Вместе с тем, при ознакомлении с публикациями по данной тематике выявлена относительная недостаточность данных о применении принципов аутсорсинга в органах государственной власти в России.

За рубежом аутсорсинг пользуется более большей популярностью, но основное развития аутсорсинг имеет в тех же сферах, что и в России. А именно ИТ-аутсорсинг и бухгалтерский учет. Аутсорсинг в государственной власти других стран развит так же на низком уровне.

В современных российских научно-практических источниках акцент делается на особенностях аутсорсинга в коммерческой сфере и частных компаниях. В отечественной литературе по менеджменту, недостаточно внимания уделяется возможностям применения данной управленческой технологии в государственном секторе, в том числе для управления деловыми процессами в органах государственной власти. Единые методологические основы для внедрения аутсорсинга в органах государственной власти на данный момент так и не разработаны. Внедрение аутсорсинга в органах государственной власти невозможно без определения подходов к оценке целесообразности аутсорсинга, определения механизмов контроля и мониторинга за осуществлением видов деятельности, переданных на исполнение негосударственным организациям в рамках аутсорсинга.

Как же можно использовать опыт некоторых структур? Например, в текущей практике деятельности государственных учреждений здравоохранения на аутсорсинг преимущественно выведены следующие услуги:

- организация лечебного питания для пациентов – в 43% учреждений;
- стирка белья – в 22% учреждений;
- транспортные услуги – в 32% учреждений;
- услуги охраны – в 28% учреждений.

Таким образом, для медицинских организаций РФ аутсорсинг ряда хозяйственных функций является действенным способом экономии бюджетных средств. Подобные хозяйственные функции существуют и в органах власти. Как показывает практика, специализированный аутсорсинг всегда уменьшает расходы на содержание объектов с одновременным повышением качества обслуживания путем найма вспомогательного персонала (уборщики, электрики, работники столовых и т.п.) [2]. Это первый шаг, в перспективе можно передавать и иные функции.

Авторы приходят к выводу, что при реализации реформы:

- Единого методологического подхода не сформировано,
- Понятийный аппарат не закреплён (аутсорсинг, обеспечивающие и основные функции, административно-управленческие процедуры и т.д.),
- Основной целью аутсорсинга рассматривается сокращение числа государственных гражданских служащих,
- Передаются ТОЛЬКО обеспечивающие функции,
- Большинство договоров, заявленных как аутсорсинговые, таковыми не являются.

Ключевыми вопросами и задачами для решения являются:

- Определение четкого понятийного аппарата, включая вопросы установления перечней видов функций и т.д.
- Общие методологические подходы в формате рекомендаций:
- Определение критериев целесообразности и эффективности передачи на аутсорсинг;
- Рекомендации по формированию аутсорсинговых договоров;
- Механизмы предварительного, текущего и последующего контроля.
- Внесение необходимых изменений в правовую базу для целей внедрения аутсорсинга
- Обмен опытом между субъектами РФ и между федеральными органами исполнительной власти, имеющими опыт передачи функций на аутсорсинг [3].

Взглянем на пример: «Консалтинговая компания» – Средний уровень заработной платы 50 000 руб.

Штатный бухгалтер		Бухгалтерская компания	
Вознаграждение сотрудника с НДФЛ (только за участок расчет заработной платы)	40 000	Стоимость договора	48 000
Совокупная налоговая нагрузка + 30%	12 000	Совокупная налоговая выгода – минус 2%	- 3 840
Социальные гарантии (отпускные, пособия при увольнении, больничные и др.) + 10%	4 000	Социальные гарантии	Нет
Накладные расходы (рабочее место, программное обеспечение, материальные р-ды) + 5%	2 000	Накладные расходы	Нет
<b>Итого мин. совокупные расходы</b>	<b>58 000,00</b>	<b>Итого мин. совокупные расходы</b>	<b>44 160,00</b>

Отталкиваясь от таблицы можно прийти к выводу, что аутсорсинг действительно помогает сократить затраты.

Так же есть авторы которые не одобряют аутсорсинг. Например авторы статьи «Аутсорсинг и аутстаффинг – Высокие технологии менеджмента» Б.А.Аникин, И.Л.Рудая считают, что есть ряд препятствий использованию аутсорсинга, не смотря на преимущества по сравнению с традиционными способами введения бизнеса. Среди них:

- отсутствие необходимой достоверной информации о возможных поставщиках услуг аутсорсинга;
- отсутствие надежного и экономически обоснованного механизма внедрения аутсорсинга на конкретном предприятии;
- необходимость сохранения стратегически важных связей с другими субъектами рынка;
- необходимость сохранения собственного производства под давлением социальных, политических или других внешних факторов [4].

В настоящий момент в штатных расписаниях федеральных органов исполнительной власти сохраняется значительное число работников, исполняющих обеспечивающие функции. Кроме того, федеральные органы исполнительной власти исполняют значительное число функций, для реализации которых не требуются властные полномочия. В связи с этим для оптимизации численности государственных и муниципальных служащих целесообразно развивать механизмы аутсорсинга в деятельности федеральных органов государственной власти.

В данных условиях представляется необходимым объединение усилий органов исполнительной власти в поиске взаимоприемлемых решений проблем аутсорсинга применительно к реалиям российской экономики, но принципиально важно привлекать к участию представителей предпринимательства, а также органы местного самоуправления, общественные объединения, научное сообщество и граждан [5].

#### Список использованных источников

1. Материалы научной библиотеки isser.Cat// Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/outsorsing-delovykh-protsessov-v-gosudarstvennom-upravlenii#ixzz2ptqkbP7w>.
2. Дудин М.Н. «Управление развитием медицинской организации и повышением качества медицинских услуг на основе механизма аутсорсинга» // СПС Консультант плюс.
3. Выступление Ваксовой Екатерины Евгеньевны, заместителя генерального директора Центра исследования бюджетных отношений // Режим доступа: [http://ar.gov.ru/information\\_01\\_megd\\_konferens\\_outsorsing/index.html](http://ar.gov.ru/information_01_megd_konferens_outsorsing/index.html)
4. Аникин Б.А., Рудая И.Л. «Аутсорсинг и аутстаффинг – Высокие технологии менеджмента», Смоленск, 2008.
5. Дегтярев Ю.И. Аутсорсинг как механизм совершенствования управленческой деятельности // Режим доступа: [http://www.innovbusiness.ru/content/document\\_r\\_E824C66A-2822-4093-9D52-8A6795F0F1B9.html](http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_E824C66A-2822-4093-9D52-8A6795F0F1B9.html).



### **Проблемы реализации гражданско-правовой ответственности федеральных казенных учреждений и пути их решения**

Казенные учреждения являются совершенно новым типом юридического лица, ранее в Российской Федерации не существовавшим. Правовой статус казенных учреждений, их правоспособность и особенности участия в частных правоотношениях требуют специального и подробного изучения. Это связано с тем, что в настоящее время уже сложилась практика деятельности казенных учреждений в новых условиях гражданского оборота, выработаны механизмы участия в различных правоотношениях, а также проявились проблемы правового регулирования данного вида юридического лица.

Как и все юридические лица, казенные учреждения могут участвовать в гражданских правоотношениях, в том числе и в обязательственных, а также нести ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение принятых на себя обязательств.

Особенность данного вида юридического лица заключается в том, что его правовое регулирование находится на стыке частного и публичного права, так как казенные учреждения остались единственным участником бюджетного процесса среди прочих юридических лиц. Отсюда возникает много правовых проблем участия их в гражданском обороте. Мы остановимся на проблемах привлечения федеральных казенных учреждений к гражданско-правовой ответственности.

Первой особенностью и скрытой опасностью для кредитора является норма, закрепленная в статье 242.3 БК РФ [1], предусматривающая, что при неисполнении должником исполнительного документа в течение трех месяцев со дня его поступления в орган федерального казначейства указанный орган в течение 10 дней информирует об этом взыскателя [8].

То есть, если по каким-либо причинам должник (казенное учреждение) не исполнил или исполнил лишь частично свое обязательство, кредитор не имеет императивных мер воздействия на него. Связано это со следующим.

В ст.239 БК РФ закреплено, что денежные средства казенного учреждения, собственником которого выступает государство, обладают *бюджетным иммунитетом*, который представляет собой правовой режим, при котором обращения взыскания на бюджетные средства возможны только по решению суда, за исключением определенных случаев. К таким случаям взыскания на имущество казенных учреждений не относится. И самое главное – в соответствии с п.2 ст. 239 БК РФ обращение взыскания на средства бюджетов бюджетной системы Российской Федерации службой судебных приставов не производится, за исключением случаев, установленных настоящим Кодексом. Однако, в БК РФ больше не встречается ни одно упоминание о службе судебных приставов и их деятельности по принудительному взысканию бюджетных средств. Таким образом, кредитор может надеяться только на добровольное исполнение исполнительных документов со стороны казенного учреждения, без возможности принудительного воздействия специальных органов.

Эта проблема имеет и другое проявление. Орган государственной власти должен обеспечить лимиты бюджетных обязательств и объем финансирования расходов казенному учреждению в соответствии с запросом-требованием. Но если лимиты казенному учреждению выданы, а оно не погашает задолженность по исполнительному документу по каким-либо причинам, то орган, предоставляющий открытие и ведение лицевых счетов (орган Федерального казначейства), приостанавливает осуществление операций по расходованию средств на всех лицевых счетах, предварительно предупредив об этом федераль-

ное казенное учреждение. В соответствии с этим оно лишается возможности осуществлять различные операции по счету, кроме погашения задолженности по исполнительному документу.

И тут у нас опять возникает своего рода проблема. Кредитор вынужден ждать в течение долгого времени исполнения исполнительных документов казенным учреждением, неся при этом значительные убытки. Отсюда, чтобы получить свои денежные средства, взыскатель (кредитор) вынужден отозвать исполнительный документ и передать его в суд с сопроводительным письмом о причинах неисполнения задолженности с целью субсидиарного их предъявления собственнику учреждения. Так как исполнительный документ отозван, значит прекращается исполнительное производство и тем самым, у казенного учреждения снимаются запреты на осуществление операций по лицевым счетам.

В дальнейшем суд отправляет исполнительный документ непосредственно государственному органу, в чьем ведении находится ФКУ, которое должно будет отвечать субсидиарно за основного должника. Здесь возникает вопрос о безответственности казенных учреждений за неисполнение своих обязательств. То есть, если казенное учреждение не осуществляет обязанностей по исполнению исполнительного документа, ему можно дожидаться его отзыва и перевода долга на субсидиарного ответчика. Скорее всего, здесь нужно будет вести речь о дисциплинарной либо административной ответственности должностных лиц казенного учреждения, по вине которых не был исполнен исполнительный документ.

Исходя из всего сказанного, можно сделать вывод, что кредитор казенного учреждения не имеет достаточной правовой гарантии исполнения последним своего обязательства. Единственным средством преодоления этого пробела является нормативное закрепление в Бюджетном кодексе РФ непосредственно процедуры принудительного взыскания судебными приставами-исполнителями бюджетных средств по обязательствам казенного учреждения.

Из сказанного следует, что кредитор должен как-то защитить свои интересы в обязательстве. Таким средством защиты могут служить предусмотренные главой 23 ГК РФ *обеспечительные меры*. Однако возникает проблема их применения в отношении казенных учреждений, так как здесь речь идет о взаимодействии норм публичного и частного права. Проведенный анализ показал, что законодательство РФ в настоящее время не содержит специальных норм, регулирующих возможность применения обеспечительных мер казенными учреждениями в своих обязательствах. В настоящее время применение отдельных обеспечительных мер зависит от статуса казенного учреждения, владеющего имуществом на праве оперативного управления. Отсюда применение таких мер как залог, удержание может быть осуществлено по разрешению собственника.

Если взять в пример казенные учреждения УИС, то во многих случаях у ФСИН России как представителя собственника заключен договор с казенными учреждениями об условиях и пределах заключения соглашений. И если в таком договоре не указаны условия обеспечительных мер (гарантии, страхования, залог и т.д.), то ФКУ самостоятельно не может их осуществлять. Возьмем в пример Пермский институт Федеральной службы исполнения наказания. Он не может самостоятельно отдать под залог «учебный тир», «столовую» без разрешения собственника (ФСИН России).

С 1 января 2014 года вступил в силу Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»[4]. Данный Закон закрепляет возможность применения банковской гарантии в качестве обеспечительной меры при заключении государственных контрактов. Что касается банковской гарантии, то он не является самостоятельным договором, а представляет собой одностороннее и безусловное обязательство гаранта перед кредитором (бенефициаром) уплатить при соблюдении условий гарантии названную в ней денежную сумму.

При рассмотрении проблем применения обеспечительных мер казенными учреждениями, хотелось бы предложить решение данных проблем. А именно – объединить все обеспечительные меры, применяемые участниками бюджетного процесса в отдельную главу Бюджетного кодекса РФ, для того чтобы они были систематизированы и конкретизированы. Однако, в целях более полного регулирования деятельности федеральных казенных учреждений мы также предлагаем внести законопроект о казенных учреждениях. Не смотря на то, что этот институт достаточно молод, он имеет достаточно много особенностей правового регулирования, стоящих на стыке публичного и частного права, и требует самостоятельной нормативно-правовой базы.

#### **Список использованных источников**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 02.11.2013) // «Российская газета», № 153-154, 12.08.1998.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013) // «Российская газета», № 238-239, 08.12.1994.
3. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. От 25.11.2013)// «Российская газета», N 220, 20.11.2002.
4. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // «Российская газета», № 80, 12.04.2013.
5. Федеральный закон от 02.10.2007 № 229-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «Об исполнительном производстве»//«Российская газета», № 223, 06.10.2007.
6. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений: федеральный закон от 08.05.2010 № 83-ФЗ (ред. от 07.05.2013) // Российская газета, 2010. № 100.
7. Братусь С.Н. Юридическая ответственность и законность (очерк теории). М., 2001.
8. Борцов А.В. Механизм гражданско-правовой ответственности учреждений уголовно-исполнительной системы // Вестник Пермского института ФСИН России. 2013. № 3 (10). С. 54-56.
9. Лукьянцев А.А. Применение гражданско-правовой ответственности при осуществлении предпринимательской деятельности. Ростов н/Д, 2005 – с. 6.
10. Мозолин В.П. Гражданско-правовая ответственность в системе российского права // Журнал российского права. 2012. N 1.
11. Юридическая энциклопедия. М.: Изд. г-на М.Ю. Тихомирова, 1997. С. 99.

*Запевалова Д.В.  
студентка 2 курса  
факультета правового и социально-педагогического образования  
Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Подряд на выполнение проектных и изыскательских работ**

Подряд является формой организации обязательственных отношений во всех случаях, когда работа производится по заказу с целью получения конкретного результата. Предметом подрядных отношений могут быть изготовление или переработка вещи, строительство, ремонт, реконструкция, реставрация. Основным принцип подрядных работ – производство работ силами и средствами подрядчика и под свой риск полностью соответствует сущности предпринимательства. По договору подряда, заключенному на изготовление

вещи, подрядчик передает права на нее заказчику, и договор подряда является правовым основанием для приобретения права собственности на вещь [6, с. 83].

Проектные и изыскательские работы являются одним из важных звеньев капитального строительства. Проектировщики стоят у истоков строек, закладывают экономическую и качественную основу создаваемых объектов. Эффективность капитальных вложений, повышение технического уровня, производительности и условий труда – все это во многом зависит от того, какие технические и технологические решения, строительные конструкции, оборудование и материалы заложены в проекте.

Основной объем проектных и изыскательских работ проектные организации выполняют по хозяйственным договорам с заказчиками, которыми могут быть:

- промышленные предприятия;
- городские муниципалитеты;
- агропромышленные объединения и др.

В качестве заказчика может выступать любое лицо, каких-либо ограничений законодательство здесь не содержит. Специальные требования к правосубъектности подрядчика устанавливаются в законодательстве о лицензировании. Федеральный закон "О лицензировании отдельных видов деятельности" предусмотрел необходимость лицензирования деятельности по инженерным изысканиям для строительства и по проектированию зданий и сооружений 1-го и 2-го уровня ответственности [2]. Право проведения изысканий, связанных с геологическим изучением недр, может принадлежать лишь обладателю лицензии на пользование недрами [3].

Обязанности подрядчика, как правило, возлагаются на специализированную организацию, выполняющую проектные и изыскательские работы, либо на подрядчика по договору строительного подряда, если это предусмотрено в договоре [1]. Учитывая сложность, капиталоемкость строительных работ, в этой сфере все большее распространение получает схема взаимодействия, в рамках которой обязанность по проведению проектно-изыскательских работ первоначально возлагается на подрядчика по договору строительного подряда, и уже он, в свою очередь, привлекает проектные и изыскательские организации, заключая с ними отдельные договоры.

С момента получения задания заказчика или утверждения заказчиком задания, подготовленного подрядчиком, последний должен приступить к исполнению обязательства, вытекающего из договора подряда на выполнение проектных и изыскательских работ. При выполнении проектных и изыскательских работ какие-либо отступления от полученного задания возможны для подрядчика исключительно с согласия заказчика.

Подрядчик несет ответственность за нарушение начального, конечного и промежуточных сроков выполнения работы. Если иное по вине подрядчика нарушен конечный срок и исполнение данной работы утратило интерес для заказчика, он может отказаться от принятия результата работы и потребовать возмещения убытков.

Если заказчик не выполняет встречных обязанностей по договору и это препятствует выполнению договора, то подрядчик может отказаться от исполнения договора и потребовать возмещения убытков, если иное не предусмотрено договором подряда.

При уклонении заказчика от принятия выполненной работы, а договором подряда не установлено иное, подрядчик может по истечении месяца с момента наступления обязанности подрядчика передать заказчику результат работы и при условии последующего двукратного предупреждения заказчика продать результат работы, а вырученную сумму за вычетом всех причитающихся подрядчику платежей внести на имя заказчика в депозит. Подрядчик несет ответственность за ненадлежащее качество работы.

Основная обязанность заказчика – принять результат проектных или изыскательских работ (соответствующую техническую и иную документацию) и оплатить его. При этом уплата подрядчику установленной цены может производиться полностью после завершения всех работ или частями после завершения отдельных этапов работ.

Также, некоторые обязанности заказчика не исчерпываются сроком действия договора на выполнение проектных и изыскательских работ и могут относиться к периоду после завершения всех работ по договору. Одна из таких обязанностей состоит в необходимости использовать проектно-техническую документацию, полученную от подрядчика, только на цели, предусмотренные договором. В связи с этим не только передача указанной документации, но и разглашение содержащихся в ней данных возможны исключительно с согласия подрядчика [5, с.457].

Выступая заказчиками по договору подряда, и граждане, и юридические лица, как правило, заказывают выполнение лишь таких работ, которые необходимы для удовлетворения их собственных запросов и потребностей. Однако сложившаяся хозяйственная практика показывает, что в ряде случаев выполнение функций заказчика довольно обременительно. Поэтому целесообразна деятельность так называемых профессиональных заказчиков, которые по договору с гражданами организациями принимают на себя выполнение функций заказчика по возведению зданий, сооружений либо выполнению иных работ для третьих лиц [4, с.407].

Необходимо учитывать, что при составлении договора подряда на выполнение проектных и изыскательских работ главное, чтобы все условия, которые вы прописываете, соответствовали требованиям действующего законодательства. Не стоит забывать, что безупречно и грамотно составленный договор – это залог беспроblemного исполнения обязательств и отсутствия споров с контрагентами.

#### **Список использованных источников**

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // «Собрание законодательства РФ», 29.01.1996, № 5, ст. 410.
2. Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О лицензировании отдельных видов деятельности» // «Российская газета», № 97, 06.05.2011.
3. Закон РФ от 21.02.1992 № 2395-1 (ред. от 28.12.2013) «О недрах» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2014) // «Собрание законодательства РФ», 06.03.1995, № 10, ст.11.
4. Абрамова Е.Н., Н. Н. Аверченко Н.Н., Байгушева Ю.В. Гражданское право: учебное пособие. Том.1. – М.: Проспект, 2010.
5. Садиков О.Н. Гражданское право: Учебник. Том 1. – «Контракт» «ИНФРА-М», 2009.
6. Чаусская О.А. Гражданское право // Учебник. М.: 2008.

*Золотарев П.О.  
курсант 3 курса  
Научный руководитель: Борцов А.В.  
преподаватель каф. гражданско-правовых дисциплин  
Пермский институт ФСИИ России  
(г. Пермь)*

#### **Генезис проблемы правового регулирования крестьянского (фермерского) хозяйства**

На протяжении долгого времени крестьянское (фермерское) хозяйство имело статус юридического лица и регулировалось, соответственно, нормами о юридических лицах. В 2010 году в отношении крестьянских (фермерских) хозяйствах ликвидировался статус юридического лица, и продолжали они свою деятельность в качестве индивидуальных предпринимателей. В 2013 году, в Гражданский кодекс РФ были внесены поправки – восстанавливалась возможность ведения крестьянского (фермерского) хозяйства в качестве юридического лица. Однако в ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», который

также регулирует указанный правовой институт, данные изменения не были учтены, что породило коллизию в праве.

В целях уяснения сущности крестьянского (фермерского) хозяйства, анализа изменения его правового статуса, необходимо углубиться в историю и рассмотреть, откуда берет свое начало проблема правового регулирования данного вида юридического лица.

В России понятие «крестьянское хозяйство» появилось в 1906 году, когда одной из основных форм хозяйствования на земле было общинное хозяйство. В 1907 году крестьяне получили право свободного выхода из общин и создания собственных хозяйств. Важнейшие результаты реформ Столыпина стали появляться только после 1911 года – после издания Закона 29 мая 1911 «Положению о землеустройстве». Новый закон устанавливал, что для перехода к отрубному и хуторскому хозяйству отныне не требуется предварительного укрепления наделных земель в личную собственность.

На основании этого, мы можем сделать вывод, что в начале XX столетия крестьянское хозяйство стало обретать правовые формы – первоначальная общинная форма хозяйствования постепенно заменялась индивидуальной или частной, подкрепленными, что важно, на уровне Закона.

В дальнейшем индивидуальные хозяйства вновь начали подвергаться изменениям, менялся законодатель, менялось и законодательство – к власти пришли большевики.

Курс был взят на совместное ведение крестьянского хозяйства. Началось насильственное преобразование мелких, единоличных крестьянских хозяйств, в крупные общественные хозяйства – колхозы.

В 1964 году был принят Гражданский Кодекс РСФСР, в котором содержались положения, регулирующие собственность и наследие единоличного крестьянского двора. Так в ст.134 ГК РСФСР закреплялось право собственности единоличного крестьянского двора на рабочий скот и сельскохозяйственный инвентарь.

Помимо этого в Земельном кодексе РСФСР 1970 года было определено, что «единоличные крестьянские хозяйства, имеющиеся в отдельных районах, пользуются предоставленными им участками полевой и приусадебной земли для ведения сельского хозяйства. Порядок пользования и размеры полевой и приусадебной земли для единоличных крестьянских хозяйств устанавливаются Советом Министров РСФСР».

В 1980 г. в Земельный кодекс РСФСР были внесены изменения. Слова «единоличное крестьянское хозяйство» были заменены на: «граждане, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью в сельском хозяйстве, основанной на личном труде и труде членов их семей». Фактически законодатель нормативно установил и закрепил признак крестьянского (фермерского) хозяйства, существующего в настоящее время, но, естественно, с некоторыми отличиями. Также мы видим, что начиная с момента принятия Земельного кодекса РСФСР, крестьянское хозяйство регулируется не одним нормативным актом, что порождает двойственность в правовом регулировании этого правового института.

Немалое влияние на нынешнее крестьянское (фермерское) хозяйство повлиял тот факт, что при обсуждении проекта земельного законодательства СССР была отвергнута идея об установлении частной собственности на землю. Было определено, что земля для ведения крестьянского хозяйства предоставляется гражданам на праве пожизненного наследуемого владения и аренды. Данное право было приближено к праву частной собственности, однако владелец этого земельного участка не мог его продать.

Также значительное влияние на крестьянское хозяйство оказало принятие нового закона. Так в п. 1 ст. 1 Закона РСФСР от 22 ноября 1990 г. № 348-1 «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» было определено крестьянское (фермерское) хозяйство в качестве самостоятельного хозяйствующего субъекта с правами юридического лица, который на основе использования отдельным гражданином, семьей или группой граждан находящейся в их собственности или арендованной ими земли и имущества осуществляет производство, переработку и реализацию сельскохозяйственной продукции». В ст. 9 данного закона

установлено, что после регистрации крестьянское хозяйство приобретает статус юридического лица.

В таком виде крестьянское хозяйство было внутренне противоречиво, как и отмечалось в юридической литературе. Как писала В. В. Устюкова, традиционные признаки юридического лица не нашли отражения в Законе о крестьянском (фермерском) хозяйстве. Для крестьянского хозяйства характерно единство, основанное на семейных отношениях, в то время как юридическим лицам свойственно организационное единство [7, с.54].

Как отметил В. П. Мозолин, «придание крестьянскому хозяйству как таковому статуса юридического лица является ошибкой законодателя. В принципе, однако, возможность признания крестьянского хозяйства юридическим лицом не исключена. Но в этом случае крестьянское хозяйство должно быть облечено в одну из организационно-правовых форм предприятия...» [4, с.87].

А Е.А. Суханов назвал признание крестьянского хозяйства юридическим лицом «юридическим недоразумением» [6, с.31]. Поскольку признание крестьянского (фермерского) хозяйства в качестве юридического лица неправомерно, так как здесь не происходит разделение имущества участников хозяйства от имущества самого хозяйства, то есть отсутствует важнейший признак юридического лица – имущественная обособленность.

Основные черты крестьянского хозяйства оставались практически неизменными вплоть до принятия части первой Гражданского кодекса РФ. Так в п. 2 ст. 23 ГК РФ было определено, что крестьянское хозяйство осуществляет свою деятельность без образования юридического лица. После введения данных положений в ГК РФ, крестьянские (фермерские) хозяйства, зарегистрированные в качестве юридического лица, должны были привести свой статус в соответствие со ст. 23 ГК РФ.

Однако, сроки для регистрации изменений не были установлены. В этом отношении после долгих колебаний практикой была воспринята точка зрения, не противоречащей ГК РФ. Автоматическое преобразование крестьянского хозяйства – юридического лица в крестьянское хозяйство, осуществляющее деятельность без образования юридического лица, невозможно.

Таким образом, стало действовать две формы крестьянского (фермерского) хозяйства: без образования юридического лица и как юридические лица. При этом обязанность привести свой статус в соответствие с ГК РФ оставалась. Причина этого: двойное правовое регулирование, берущее свое начало еще в 70-х годах, после принятия Земельного кодекса РСФСР.

Для решения этой проблемы законодатель принял новый закон. 17 июня 2003 года вступил в силу новый Федеральный закон «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» [2] (далее – Закон о фермерском хозяйстве). Законодатель решил, что пришло время окончить существование двух разнородных правовых форм крестьянского (фермерского) хозяйства. Для этого в п. 3 ст. 23 нового Закона «О фермерском хозяйстве» предусмотрели, что крестьянские (фермерские) хозяйства, которые созданы как юридические лица в соответствии с Законом РСФСР «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», вправе сохранить статус юридического лица на период до 1 января 2010 года. То есть до этого срока все крестьянские хозяйства должны были переорганизоваться и начать осуществлять свою деятельность в качестве индивидуальных предпринимателей. Однако достичь данной цели до указанного срока не удалось.

Причиной этого послужил тот факт, что для регистрации фермерского хозяйства в качестве объединения граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридических лиц, необходимо решить много правовых и организационных вопросов, при согласовании которых между членами фермерского хозяйства возникали спорные отношения. Кроме того, процедура перерегистрации статуса хозяйства требует финансовых расходов.

Поэтому законодатель решил, что установленный срок является недостаточным. При всех этих обстоятельствах срок был продлен до 1 января 2013 года.

Однако, с истечением данного срока законодатель вновь предлагает продлить срок для перерегистрации крестьянских хозяйств, теперь уже до 1 января 2021 года. Так как по истечению указанного срока в 2013 году у крестьянского (фермерского) хозяйства возникло множество проблем, в том числе с получением и погашением долгосрочных инвестиционных кредитов.

При всем сказанном, необходимо отметить следующее. Так как законодатель продлил существование крестьянских (фермерских) хозяйств в форме юридического лица, то необходимо установить и нормативную базу деятельности такой организации. Но, поскольку ФЗ о крестьянском (фермерском) хозяйстве не предусматривает существование хозяйства как юридического лица, и следовательно, не может регулировать его деятельность, возникла необходимость внесения изменений в главу 4 ГК РФ, которая определяет правовой статус юридических лиц в РФ.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013) // Российская газета, N 238-239, 08.12.1994;
2. Федеральный закон от 11.06.2003 N 74-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "О крестьянском (фермерском) хозяйстве" // Российская газета, N 115, 17.06.2003;
3. Мозолин В. П. Право собственности в Российской Федерации в период перехода к рыночной экономике. М., 1992.
4. Рыбаков В.А. Право собственности крестьянского (фермерского) хозяйства со статусом юридического лица: методологические и доктринальные аспекты // Гражданское право. 2013. N 5. С. 6 – 8.
5. Суханов Е.А. Право собственности в Гражданском кодексе // Закон. 1995. №11.
6. Устюкова В. В. Правосубъектность крестьянского хозяйства // Сов. государство и право. 1992. № 1.

*Зубов А.В.  
курсант 3 курса  
Научный руководитель: Яцкова Ю.В.,  
преподаватель каф. гражданско-правовых дисциплин  
Пермский институт ФСИИ России  
(г. Пермь)*

#### **Пенсии по выслуге лет сотрудникам ФСИИ**

Пенсией за выслугу лет принято называть пенсию, которая устанавливается при наличии соответствующего длительного специального трудового стажа независимо от возраста и фактического состояния трудоспособности. Таким образом, понятие пенсии за выслугу лет можно сформулировать следующим образом – это ежемесячная пожизненная денежная выплата за счет средств бюджетов, соизмеримая с прежним денежным содержанием (довольствием) служащих, гарантированная государством, выплачиваемая в целях компенсации гражданам доходов, утраченных ими в связи с прекращением служебной деятельности, право на которую определяется в соответствии с законодательством [1, с. 95].

Теоретически введение пенсий за выслугу лет объясняется, главным образом, спецификой определенной деятельности, службы. После длительной, напряженной и ответственной работы возможность дальнейшего ее выполнения по различным причинам не всегда возможна и целесообразно (например, в связи с возрастными изменениями, психологической и эмоциональной перегрузкой, накопившейся за многие годы и т.д.). Цель пенсии за выслугу лет – освободить таких граждан от необходимости продолжать свою прежнюю работу, и в значительной степени компенсировать им утраченный заработок в



связи с переходом на другую, как правило, нижеоплачиваемую работу, либо с полным прекращением трудовой деятельности. Пенсии за выслугу лет типичны для кадровых военных, сотрудников различных правоохранительных органов и других.

Получая пенсию по выслуге лет сотрудники ФСИН как правило, продолжают работать, учитывая молодой возраст выхода на пенсию и экономическую ситуацию в стране.

Если пенсионер ФСИН продолжает работать в гражданской организации, при этом работодатель выплачивает взносы с суммы заработка в Пенсионный фонд РФ и он имеет не менее пяти лет страхового стажа, то при достижении общего пенсионного возраста (55 лет для женщин и 60 лет для мужчин) ему положена пенсия по старости. До 2008г. в гражданам, которые имели одновременно право на различные пенсии в соответствии с законодательством Российской Федерации (пенсия за выслугу лет, пенсию по старости) устанавливалась одна пенсия по их выбору [2, ст.3]. Исключение распространялось только для некоторого круга лиц, которым законодательство закрепило право получать две пенсии одновременно [3, ст.3]. Это граждане, ставшие инвалидами вследствие военной травмы, родителям военнослужащих, проходивших военную службу по призыву, погибших (умерших) в период прохождения военной службы или умерших вследствие военной травмы, участники Великой Отечественной войны, участники боевых действий, граждане, награжденные знаком «Жителя блокадного Ленинграда» и др.

Работающие в гражданских организациях пенсионеры ФСИН неоднократно обращались в органы Пенсионного фонда о назначении им страховой пенсии, так как они выплачивают обязательные страховые взносы, но пенсию по старости не получают. В итоге, эту ситуацию было решено вынести на рассмотрение в Конституционный суд РФ. На заседании было решено, что запрет на предоставление пенсионерам права на получение наряду с пенсией за выслугу лет трудовой пенсии по старости, которая заработана ими с учетом требуемого для ее назначения страхового стажа и уплачиваемых обязательных страховых взносов в Пенсионный фонд РФ, нарушает конституционные права работающих пенсионеров и противоречит закону. В результате прошедшего заседания было указано, что в целях обеспечения реализации социальных прав работающих по трудовому договору военных пенсионеров следует разработать новый правовой механизм, обеспечивающий им помимо выплаты пенсии по государственному пенсионному обеспечению возможность получать страховую часть трудовой пенсии с учетом взносов, которые находятся на их лицевых счетах в Пенсионном фонде [4, ст.3]. Следствием этого, был принят Федеральный закон № 156-ФЗ от 22.07.2008 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам пенсионного обеспечения», вступивший в силу с 25.07.2008 г.

Данным законом внесены изменения в Закон РФ от 12.02.1993 N 4468-1 «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей».

Итак, сейчас установлено пенсионеры правоохранительных органов, при наличии условий для назначения трудовой пенсии по старости имеют право на одновременное получение пенсии за выслугу лет и трудовой пенсии по старости (за исключением фиксированного базового размера страховой части трудовой пенсии по старости), устанавливаемой в соответствии с Федеральным законом "О трудовых пенсиях в Российской Федерации" [5, ст.1,2].

Кроме этого, Законом № 156-ФЗ рассмотрено право государственных служащих, имеющих не менее пяти лет страхового стажа, на получение страховой части трудовой пенсии, устанавливаемой к пенсии за выслугу лет, которую они получают в соответствии с Законом о государственном пенсионном обеспечении [6, ст.3].

Понятие страхового стажа означает учитываемую при рассмотрении права на трудовую пенсию общую сложную продолжительность периодов работы и иной

деятельности, в течение которых уплачивались страховые взносы в Пенсионный фонд РФ, а также других периодов, учитываемых в страховой стаж.

Федеральным законом от 22.07.2008 N 156-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам пенсионного обеспечения" определено право работающих военных пенсионеров не просто на еще одну пенсию, а именно на страховую часть трудовой пенсии. То есть, на ту часть трудовой пенсии по старости, которую они заработали и выплатили обязательные взносы в пенсионный фонд после выхода на пенсию. Эта часть прямо зависит от размера их заработной платы, страховых взносов, перечисленных работодателем и записанных на индивидуальных лицевых счетах граждан в Пенсионном фонде. Базовая часть не будет выплачиваться, потому что ее выплата не предусмотрена данным законом. Что касается накопительной части пенсии, то это та часть пенсии, которой можно самостоятельно управлять и распоряжаться. Так, ее можно формировать как в Пенсионном Фонде РФ под управлением государственной управляющей компании, так и в негосударственных пенсионных фондах.

По моему мнению, проще и актуальнее было бы не вносить обязательные взносы в пенсионный фонд РФ, а дать возможность пенсионерам открывать счета в коммерческих банках, на которые бы поступали взносы от заработной платы и на которые бы начислялись проценты.

Таким образом, пенсионная система – это развивающийся институт. Он нуждается в постоянном контроле со стороны государства и совершенствовании. Пенсионное законодательство должно оперативно изменяться с учетом обстоятельств, затрагивающих те или иные вопросы реализации пенсионных прав российских граждан.

#### **Список использованных источников**

1. Григорьев И.В. Право социального обеспечения: краткий курс лекций / – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 203с.
2. Федеральный закон от 15.12.2001 № 166-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации»/ СПС Консультант плюс.
3. Там же.
4. Там же.
5. Федеральный закон от 22.07.2008 № 156-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам пенсионного обеспечения»/ СПС Консультант плюс.
6. Федеральный закон от 15.12.2001 № 166-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации»/ СПС Консультант плюс.

*Канзепарова Р., Елисеева А.  
студентки 1 курса юридического факультета  
Научный руководитель: Назипов И.И., канд. истор. наук,  
зав. каф. теории и истории государства и права  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

#### **Проблема самофинансирования пенитенциарных заведений в условиях рыночной экономики**

В СССР труд осужденных за преступления и отбывающих наказания в пенитенциарных заведениях был эффективен. Заключенными ГУЛАГа в 1930-1950-х годах велось строительство почти всех крупных промышленных и транспортных объектов страны: каналов (Беломорско-Балтийский канал имени Сталина, канал имени Москвы, Волго-Донской канал имени Ленина); ГЭС (Волжская, Жигулевская, Угличская, Рыбинская, Куйбышевская, Нижнетуломская, Усть-Каменогорская, Цимлянская и др.); металлургиче-

ских предприятий (Норильский и Нижнетагильский МК и др.); объектов советской ядерной программы; ряда железных дорог.

Здесь речь не идет о том, что некоторая часть осужденных, были политические противники режима, осужденные не за преступления против общества, государства, отдельных людей, их прав. Это были далеко не вся масса задействованных в общественно полезном труде осужденных. Речь идет об эффективности использования труда осужденных. Этот труд служил экономическому и военному развитию страны. Сегодня, пенитенциарные заведения в основном не только не вносят существенного вклада в рост ВВП, но даже не всегда хозрасчетные, и требуется их финансирование со стороны общества и государства.

Цель исследования: раскрыть суть проблемы самофинансирования пенитенциарных заведений в России в условиях рыночной экономики.

Задачи исследования:

- Выявить основные проблемы, с которыми в условиях современной экономической конъюнктуры сталкивается использование в народном хозяйстве труда заключенных;
- Предложить вариант решения проблемы эффективного использования труда заключенных в рыночной российской экономике.

Актуальность исследования связана с тем, что проблему интеграции пенитенциарных заведений в рыночную экономику окончательно эффективно решить, еще не удастся.

В современном российском обществе имеет место экономический кризис. Это выражается в спаде производства потребительских товаров и продукции машиностроения. Кризис удается несколько замаскировать за счет высоких цен на энергоносители и импорта иностранных товаров на вырученную от этого валюту. Но он проявляется, например, через безработицу. Выгодная экономическая конъюнктура с экспортом энергоносителей несколько смягчает безработицу – сократившиеся рабочие места в сфере производства отчасти компенсированы нерациональным ростом рабочих мест в сфере обслуживания, в основном сбыта импортируемой из Восточной Азии продукции – имеющими из-за их чрезмерного количества, слабую активность, салонами связи, магазинами одежды и домашней техники. Зарабатывающие немного, при такой слабой активности, люди, являются практически скрытыми безработными. В случае начала кризиса и сокращения платежеспособного спроса они быстро из скрытых безработных превратятся в настоящих.

В пенитенциарных заведениях нет возможности осуществлять активную торговую деятельность используя труд заключенных. Они должны быть достаточно изолированы от общества. Поэтому проблема российского экономического кризиса и его безработицы не может быть здесь эффективно закамуфлирована как в гражданском обществе с помощью торговли. Осужденным, отбывающим наказание часто негде работать, пенитенциарное заведение часто не может им предоставить работу. Просто потому, что не может найти заказчиков на рынке на свою продукцию и в достаточно большом объеме, чтоб задействовать в производстве всех заключенных.

В результате в колониях существует безработица и, соответственно, в большей степени чем это рационально, государство и население через систему налогов и природную ренту, вынуждено содержать преступников в местах лишения свободы, вместо того чтоб возложить это на них самих. Будучи президентом РФ, Дмитрий Анатольевич Медведев заявлял на заседании президиума Госсовета по вопросам совершенствования уголовно-исполнительной системы: "Нужен серьезный анализ существующей производственной деятельности учреждений уголовно-исполнительной системы. Ее нужно оптимизировать, в том числе с учетом потребностей в новых рабочих местах"[1].

В современных условиях необходимо найти рыночную нишу для труда заключенных. Например, это могло бы быть сбор и переработка мусора. Во-первых, этот общественный запрос на эту деятельность никогда не иссякнет, и будет обеспечивать места лишения свободы оплачиваемыми заказами всегда. Во-вторых, это снизит потребность страны в труде мигрантов, что позволит резко уменьшить их количество и снизить связанную с ними со-

циальную напряженность. Осужденные за преступления небольшой и средней тяжести, могли бы под присмотром служащих министерства юстиции, службы исполнения наказаний, собирать мусор в городах, забирать и отвозить мусор из баков. Осужденные за тяжкие и особо тяжкие преступления, могли бы работать на закрытых предприятиях по утилизации, переработке отходов. Причем не только бытового мусора, но и привозимых с предприятий, промышленных отходов. Возможно и ядерных отходов.

В прошлом в СССР государство могло не только использовать физический труд неквалифицированных заключенных, но и привлекать их к созданию сложного интеллектуального продукта. Самый яркий пример этого – Сталинские «шарашки». «Шарашка» – жаргонное название технического бюро тюремного типа, в которых работали заключенные учёные, инженеры. Через них прошли многие выдающиеся ученые и конструкторы, которые внесли огромный вклад, как в историю, так и в будущее России. Основной задачей «шарашек» было конструирование и внедрение в производство новых средств вооружения армии и флота.

Подобным образом могла бы быть построена работа по переработке и утилизации отходов в пенитенциарных заведениях. В особые технические бюро при предприятиях в местах лишения свободы можно отбирать людей имеющих необходимое образование и обладающих особым «багажом» знаний для реализаций инновационных проектов. Возможна переподготовка инженеров другого профиля. В результате, инженеры, и даже ученые разрабатывающие новые методы переработки и вторичного использования отходов будут частично или полностью из числа образованных людей попавших в места лишения свободы. Они больше пользы смогут принести производству.

Условия в сталинских «шарашках» в которых проживали заключенные, были максимально приближены к обычной жизни. Как и в «шарашках» современные заключенные-интеллектуалы могли бы, для стимулирования активности, иметь питание, быт и одежду гораздо лучше остальных, проживать в отдельных специальных помещениях.

Предложенный вариант использования труда заключенных отвечает социальному заказу общества на сбор и утилизацию отходов; дает постоянный оплачиваемый заказ на результаты производственной деятельности пенитенциарным заведениям. Он удобен для всех. Относительно применения опыта сталинских «шарашек» добавим, что его можно широко использовать в современных компьютерных технологиях, если объединить в них людей с образованием и способностями в сфере программирования. Изолированные от отвлекающих их на свободе «радостей жизни», объединенные вместе в замкнутом пространстве, испытывающие страх попасть из «новых шарашек» обратно в общие бараки колоний, программисты в таких «шарашках» смогут принести много пользы стране.

#### **Список использованных источников**

1. Бесполезный труд заключенных. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.trud.ru/article/13-02-2009/138101\\_bespoleznyj\\_trud\\_zakljuchennyx.html](http://www.trud.ru/article/13-02-2009/138101_bespoleznyj_trud_zakljuchennyx.html)
2. Симоненков В. И. Шарашки. Инновационный проект Сталина / В.И. Сименков // Эксмо. – 2011. 192 с.
3. Рубинов М.В. Два дела о вредительстве (по материалам Вишерского ИТЛ). // Толерантность и власть: судьбы Российской интеллигенции. Пермь, – 2002. С. 121-122.

*Козьминых Д.А.  
студентка 2 курса  
факультета правового и социально-педагогического образования  
Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

### **Современные тенденции развития договора возмездного оказания услуг**

В качестве своеобразного правового феномена договор возмездного оказания услуг получил признание с принятием 7 февраля 1992 г. Закона РФ «О защите прав потребителей».

По договору возмездного оказания услуг исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги [1]. Договор возмездного оказания услуг является консенсуальным, двусторонним и возмездным.

Субъектами договора по возмездному оказанию услуг являются исполнитель (услугодатель) и заказчик (услугополучатель).

Предметом договора возмездного оказания услуг является нематериальные услуги, т.е. либо совершение исполнителем определенных действий (например, отправка и доставка корреспонденции, предоставление телефонных и других каналов при оказании услуг связи, выполнение операций и различных лечебно-профилактических процедур при оказании медицинских услуг и т.д.) либо осуществление им определенной деятельности (например, по анализу бухгалтерской и иной документации юридических лиц и составлению заключений в рамках оказания аудиторских услуг, по предоставлению специальных знаний и сведений при оказании соответственно консультационных, информационных услуг, а также услуг по обучению, по обеспечению проезда, проживания, питания, осуществлению экскурсий, походов и организации иных видов отдыха при туристическом обслуживании и т. д.) [4, с. 8].

Требования к качеству предмета исполнения по договору возмездного оказания услуг определяются по тем же правилам, что и в договоре подряда. Согласно ст. 721 ГК качество оказанной исполнителем услуги, т. е. достигнутого им результата, должно соответствовать условиям договора возмездного оказания услуг, а при отсутствии или неполноте условий договора требованиям, обычно предъявляемым к услугам соответствующего рода. Следовательно, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором, результат оказанной услуги должен в момент ее завершения в отношении заказчика обладать свойствами, указанными в самом договоре или определенными обычно предъявляемыми требованиями [5, с. 254].

Основываясь на положениях ГК и ином законодательстве, регламентирующем возмездное оказание услуг, можно по указанному основанию выделить следующие их основные виды:

- услуги связи и информации;
- медицинские услуги и услуги социального характера;
- ветеринарные услуги;
- аудиторские услуги;
- правовые услуги;
- туристско-экскурсионные услуги;
- услуги по обучению;
- услуги в содействии занятости населения;
- услуги общественного питания;
- гостиничные услуги;
- коммунальные услуги;
- гигиенические услуги;
- ритуальные услуги;

- спортивно-оздоровительные и санаторно-курортные услуги;
- культурно-зрелищные услуги;
- частная охранная и детективная деятельность.

В соответствии со ст. 779 ГК основной обязанностью исполнителя является оказание по заданию заказчика услуги (услуг). В отличие от подрядчика исполнитель оказывает услуги заказчику не за свой риск. В связи с этим положения ст. 705 ГК не могут применяться к договору возмездного оказания услуг. Это объясняется спецификой результата услуги, который носит нематериальный характер. Риск невозможности исполнения договора возмездного оказания услуг согласно п. 3 ст. 781 ГК, т. е. невозможность исполнения, возникшая по обстоятельствам, за которые ни одна из сторон не отвечает, по общему правилу несет заказчик. Он обязан в этом случае возместить исполнителю фактически понесенные им расходы, если иное не предусмотрено законом или договором возмездного оказания услуг.

Учитывая особенности результата услуги, отсутствует необходимость специального регулирования вопроса о риске в отношении имущества, использовавшегося для ее оказания. Риск его случайной гибели или повреждения в соответствии со ст. 211 ГК несет его собственник, если иное не предусмотрено законом или договором [4, с. 9].

Последствия ненадлежащего качества результата оказанных услуг в договоре возмездного оказания услуг различаются в зависимости от характера обнаруженных недостатков. В том случае, когда недостатки не являются существенными (простые недостатки), закон предоставляет заказчику право воспользоваться одной из мер оперативного воздействия: безвозмездного устранения недостатков в разумный срок; соразмерного уменьшения установленной за работу цены; возмещения своих расходов на устранение недостатков, когда право заказчика устранять их предусмотрено в договоре подряда [2]. Однако если заказчик обнаруживает существенные недостатки, наличие которых не позволяет достигнуть цели договора возмездного оказания услуг, ему предоставляется право на возмещение причиненных убытков, т. е. возможность применения к подрядчику мер имущественной ответственности.

Основной обязанностью заказчика является необходимость оплаты оказанной услуги [1]. Оплата услуг исполнителя согласно ст. 781 ГК осуществляется заказчиком в сроки и в порядке, которые указаны в договоре возмездного оказания услуг.

Поскольку услуги оказываются исполнителем в соответствии с заданием заказчика, последнему предоставляется право во всякое время проверять ход и качество оказываемых услуг, не вмешиваясь, однако, в оперативно-хозяйственную деятельность исполнителя [3]. Следовательно, заказчик по договору возмездного оказания услуг, так же как и по договору подряда, имеет возможность влиять на ход оказания услуг и, соответственно, на полученный результат.

В том случае, если исполнитель не приступает своевременно к исполнению договора возмездного оказания услуг или оказывает услуги настолько медленно, что исполнение их к сроку становится явно невозможным, заказчик приобретает право отказаться от исполнения договора и потребовать возмещения причиненных ему убытков.

Таким образом, данный договор, которому посвящена гл. 39 ГК, занимает все более заметное место в системе обязательственных отношений.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в последней ред. ФЗ от 30 декабря 2008 года №308-ФЗ)// Собрание законодательства РФ.1996. N 5. ст. 779.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в последней ред. ФЗ от 30 декабря 2008 года №308-ФЗ)// Собрание законодательства РФ.1996. N 5. п. 1 ст.723.
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в последней ред. ФЗ от 30 декабря 2008 года №308-ФЗ)// Собрание законодательства РФ.1996. N 5. ст. 715.

4. Суханов Е. А. Гражданское право Том 2, Полутом 2, 2-е издание, М., Бек-2000.
5. Актуальные проблемы гражданского права. Брагинский М. И. М.: статус 1998.

*Королькова А.А.  
студентка 2 курса  
Научный руководитель: Мхитарян Л.Ю.  
зав. кафедрой гражданского права и процесса  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

### **Принцип добросовестности в гражданском праве РФ**

6 января 2013 года Президентом Российской Федерации был подписан Федеральный закон N 302-ФЗ от 30.12.2012 «О внесении изменений в главы 1, 2, 3 и 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации». Изменения вступили в силу с 1 марта 2013 года. Прежде всего, изменения были внесены в статью 1 ГК РФ, которая посвящена основным началам (принципам) гражданского права. В качестве еще одного принципа законодатель впервые указал в ч. 3 ст. 1 ГК РФ принцип добросовестности участников гражданского оборота. Именно усиление значения принципа добросовестности как принципа гражданского права в целом, так и принципа отдельных его отраслей и институтов стало одним из наиболее обсуждаемых и спорных изменений в рамках новой редакции общей части ГК РФ. Вопрос является дискуссионным даже несмотря на то, что упоминался в правовых нормах ранее действовавшего законодательства. В качестве примера можно привести ч. 2 ст. 6 ГК РФ, в соответствии с которым: «при невозможности использования аналогии закона права и обязанности сторон определяются исходя из общих начал и смысла гражданского законодательства (аналогия права) и требований добросовестности, разумности и справедливости»[1].

Тема исследования, безусловно, является актуальной, поскольку, несмотря на то, что данный принцип уже на протяжении многих лет признан и доктриной, и судебной практикой, ни ранее действовавшая редакция ГК РФ, ни его новая редакция не дают однозначного ответа на вопрос о том, что следует понимать под добросовестностью, а это, в свою очередь, порождает за собой ряд проблем.

Целью работы является изучение принципа добросовестности в рамках ГК РФ. В соответствии с поставленной целью можно выделить следующие задачи:

1. Раскрыть содержание термина «добросовестность».
2. Определить положительные и отрицательные стороны усиления принципа добросовестности в гражданском законодательстве.

Термин «добросовестность» состоит из двух понятий, однако ключевым из них в этом правовом институте является понятие «совесть». Именно совесть является основой нравственного сознания, совесть оказывает влияние на всю систему общечеловеческих ценностей, в которую входят справедливость и достоинство.

Понятие «совесть» исследовалось как философами, начиная с античности, так и представителями иных наук. Так, И. Кант трактовал совесть как «сознание внутреннего судилища» [6, с. 35]. Аристотель же утверждал, что совесть – это «внутренний суд праведного человека»[5, с.216]. В этимологии эквивалентом «совестно» выступает «стыдно» у А. Преображенского [4]. В качестве правовой категории В.В. Сорокин определяет совесть «как специфическую способность нравственного суждения, с помощью которой человек в каждом конкретном случае определяет, что делать и как поступить» [7, с. 3].

На основании толкового словаря В. Даля, совесть – «внутреннее сознание добра и зла; тайник души, в котором отзывается одобрение или осуждение каждого поступка; способность распознавать качество поступка; чувство, побуждающее к истине и добру, отвращающее от лжи и зла; невольная любовь к добру и к истине» [3, с. 257].

С позиции философии «добро есть высшее благо как конечная цель, а также восходящая к ней пирамида промежуточных целей, к достижению которых человек должен стре-

миться» [5, с. 98]. В.С.Соловьевым добро рассматривалось как высшее и безусловное моральное понятие[8, с. 391].

В толковом словаре Ожегова слово «добросовестный» означает «честно выполняющий свои обязательства, обязанности»[2].

В энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона добросовестность определена как субъективное состояние лица при совершении юридических актов, его неосведомленность об обстоятельствах, опорочивающих внутреннюю правомерность акта и могущих заставить честного в юридическом смысле человека отказаться от его совершения, несмотря на отсутствие формальных к тому препятствий.

Одно из классических юридических определений было дано И. Новицким, который указывал, что добрая совесть включает в себя такие элементы, как знание о другом, его интересах; знание, связанное с доброжелательством; элемент доверия, уверенность, что нравственные основы оборота принимаются во внимание, что из них исходит каждый в своем поведении[9].

Закрепление принципа добросовестности среди основных начал гражданского права имеет очень важный, сложный и многоаспектный характер. Именно нормативное закрепление этого принципа позволяет участникам гражданского оборота в случаях недобросовестных действий со стороны контрагента применять меры гражданско-правовой защиты. Такие ситуации могут возникать, когда имеет место: «нецелесообразность, а во многих случаях невозможность нормативного закрепления точных границ субъективных прав и обязанностей участников гражданских правоотношений»[11, с. 120].

Особое значение усиление данного принципа имеет для договорных отношений, а именно для признания сделки недействительной в связи с тем, что она была совершена под влиянием обмана, насилия, угрозы или неблагоприятных обстоятельств. В данном случае необходима квалификация действий одной из сторон как недобросовестных, тем или иным образом ущемляющих интересы контрагента. Усиление значения принципа добросовестности позволяет участникам гражданского оборота получить защиту от действий, которые формально не противоречат требованиям закона, но фактически имеют целью ущемление интересов контрагента.

Однако, несмотря на столь значительный «плюс» усиления принципа добросовестности, существует и столь значительный «минус». Как в ранее действовавших редакциях ГК РФ, так и в ныне действующей, законодателем не дается однозначного определения термина «добросовестность», что в свою очередь, порождает за собой ряд проблем.

К понятию «добросовестности», скорее применим термин «субъективные», то есть внутренние пределы права. В связи с этим «внутренние пределы правоосуществления для субъекта гражданского права» – это его межсубъектные, межличностные, нравственные границы, которые, в силу своей природы, могут быть выражены лишь в принципиальной, то есть абстрактной, форме[10]. Поскольку в гражданском законодательстве нет четкого определения границ понятия «добросовестность», его излишне вольная трактовка может привести к нежелательным последствиям. К таковым можно отнести неоправданное расширение судейского усмотрения, которое в ряде случаев ставит под угрозу соблюдение режима законности.

Подводя итог работы, хотелось бы отметить, что, на наш взгляд, для решения возникшей из-за усиления принципа добросовестности проблемы следует ввести легальное определение данного понятия и его критерии с учетом подходов, сложившихся в доктрине гражданского права и в судебной практике. Поскольку до момента введения легального понятия принципа добросовестности данное положение рассредоточено и выражено весьма абстрактно, это дает возможность судам крайне широко толковать данное понятие, что в некоторых ситуациях может создать опасность искажения нормального гражданского оборота, а также усилить непредсказуемость исходов судебных разбирательств.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013) // Доступ из справ.- прав. системы «КонсультантПлюс»



2. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю., Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: «А ТЕМП», 2004. – 944 стр.
3. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. СПб.: Диамант, 1996.
4. Преображенский А. Этимологический словарь русского языка. Т. II. М., 1910-1914. – 420 с.
5. Краткий философский словарь. 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. А.П. Алексеева. М.: Проспект, 2004. С. 358.
6. Кант И. Метафизика нравов. М., 2002.
7. Сорокин В.В. Совесть как правовая категория // Гражданин и право. 2009. № 9. С. 3 – 7.
8. Соловьев В.С. Оправдание добра. – Соч. в 2 т., т. 1. М., 1988.
9. Новицкий И.Б. Принцип доброй совести в проекте обязательственного права // Вестник гражданского права. 1916. N 6.
10. Вердиян Г.В. Принцип добросовестности в системе гражданского законодательства Российской Федерации// Доступ из справ.-прав. системы «ГАРАНТ».
11. Емельянов В.И. Разумность, добросовестность, незлоупотребление гражданскими правами. М., 2002. С. 160.

*Кузнецова А.В.  
студентка 2 курса,  
правового и социально-педагогического образования  
Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Финансовый агент и клиент, как стороны договора финансирования под уступку денежного требования (факторинга), их права и обязанности**

Факторинг (англ. factor – посредник) – разновидность торгово-комиссионной операции, связанной с кредитованием оборотных средств[3, с. 407].

В России бурный поступательный рост рынка факторинговых услуг начался после кризиса 1998, и по итогам 2003 года оборот факторинговых операций в России был оценен в 750 млн. долларов, в 2011 году оборот российского рынка факторинга составил 882 млрд. рублей, в 2012 – 1,45 трлн рублей. Столь быстрый рост популярности факторинга объясняется весьма просто. В отличие от банковских кредитов этот инструмент фактически беззалоговый в традиционном понимании, он доступен широкому кругу малых и средних компаний. Их насыщенный спрос на привлечение финансирования в течение нескольких лет позволяет ожидать еще более бурного роста факторинга. Если ближайшие 2-3 года достигнутые темпы расширения рынка сохранятся, то к концу 2016 года оборот будет сопоставим с уровнем оборота иностранных государств, таких как США и Германия [9, с. 15].

Согласно ст. 824 ГК РФ под договором финансирования под уступку денежного требования понимается договор, по которому одна сторона (финансовый агент) передает или обязуется передать другой стороне (клиенту) денежные средства в счет денежного требования клиента (кредитора) к третьему лицу (должнику), вытекающего из предоставления клиентом товаров, выполнения им работ или оказания услуг третьему лицу, а клиент уступает или обязуется уступить финансовому агенту это денежное требование. Денежное требование к должнику может быть уступлено клиентом финансовому агенту также в целях обеспечения исполнения обязательства клиента перед финансовым агентом[1].

Целью финансирования под уступку денежного требования является получение клиентом денежных средств в счет уступаемого им права требования либо обеспечение исполнения обязательства Клиента перед финансовым агентом. Банки и иные кредитные организации, выкупающие денежные требования, расширяют с помощью финансирования под уступку денежного требования круг оказываемых услуг, добиваются дополнительных доходов.

Согласно российскому законодательству договор факторинга является двусторонним, взаимным и возмездным, а также по усмотрению сторон реальным (Финансовый агент передает деньги или Клиент уступает требование) или консенсуальным (Финансовый агент обязуется передать денежные средства или Клиент обязуется уступить требование) [5, с. 356].

Участниками правоотношений финансирования под уступку денежного требования являются финансовый агент, клиент (кредитор) и должник. В свою очередь сторонами договора финансирования под уступку денежного требования являются лишь финансовый агент и клиент [2]. Согласно ст. 825 ГК РФ Финансовым агентом финансирования под уступку денежного требования могут быть банки и иные кредитные организации, а также другие коммерческие организации, имеющие разрешение (лицензию) на осуществление деятельности такого вида. Банкам и иным кредитным организациям не требуется получения специальной лицензии, поскольку в соответствии со ст. 5 ФЗ РФ от 02.12.1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» финансирование под уступку денежного требования отнесено к сделкам, для осуществления которых получения лицензии Банка России не требуется [6, с. 32]. Что же касается других коммерческих организаций, желающих выступать Финансовыми агентами в договоре факторинга, то ни ГК РФ, ни другой закон не предусматривает, какой государственный орган выдает лицензии для участия в указанной сделке [7, с. 34].

Таким образом, в нашей стране в настоящее время Финансовыми агентами могут выступать только банки и иные кредитные организации.

Финансовый клиент обязан: осуществить финансирование клиента путем передачи денежных средств в установленном договором порядке; в специально оговоренных случаях принять у клиента необходимую документацию для ведения бухгалтерского учета операций клиента; предоставить клиенту иные финансовые услуги, связанные с денежными требованиями, которые являются предметом уступки (например, выдать поручительство по сделке клиента, осуществить учет выписанных на него векселей, произвести расчеты через корреспондентскую сеть финансового агента). В договоре могут быть предусмотрены и иные его обязанности.

На клиента возлагается основная обязанность по уступке финансовому агенту денежного требования, являющегося предметом договора. Он несет перед финансовым агентом ответственность лишь за действительность денежного требования, являющегося предметом уступки [8, с. 183].

Действительность передаваемого требования зависит от двух условий:

- клиент должен иметь соответствующее субъективное право в момент совершения уступки;
- в момент передачи права клиенту не должны быть известны какие-либо обстоятельства, вследствие которых должник вправе не исполнять уступаемое требование. В случаях, когда препятствия к исполнению переданного требования появляются позднее момента совершения уступки, они не могут служить основанием для ответственности добросовестного клиента перед агентом [2].

Клиент не отвечает перед финансовым агентом за неисполнение или ненадлежащее исполнение должником требования, являющегося предметом уступки. Его обязанность – передать действительное требование, но не гарантировать его исполнение, однако такая ответственность может быть возложена договором [4, с. 46].

Имущественная ответственность сторон зависит от природы этого договора. В консенсуальном договоре агент отвечает за отказ от передачи клиенту денежных средств в счет денежного требования последнего, клиент соответственно – за несовершение или ненадлежащее оформление уступки требования, а также по ст. 827 ГК за действительность переданного требования. Кроме того, когда это установлено договором, клиент отвечает за неисполнение или ненадлежащее исполнение требования должником. В реальном договоре ответственность за его неисполнение наступает лишь для клиента – за действительность предмета договора либо также за его исполнимость. Ответственность выражается в компенсации убытков и уплате неустойки, если она предусмотрена договором [8, с. 549].

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.07.2013)
2. Комментарий к ст. 827 Гражданского Кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.07.2013)
3. «Экономика и право» энциклопедический словарь Габлера, – М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2009
4. Колобанов Д.Е. «Факторинг как инструмент и продукт развития банковской деятельности». – Ярославль, 2010
5. Гражданское право. Учебник в 3-х томах. Т.2. // под ред. Сергеева А.П., Толстого Ю.К. – М.: Проспект, 2011
6. Белов В.А. Факторинг (юридическая природа и соотношение со смежными сделками) // Бизнес и банки. 1998 г.
7. Ефимова Л.Г. Проблемы правового регулирования договора финансирования под уступку денежного требования // Вестник Ассоциации российских банков, 2000 г., №3
8. Учебник «Гражданское право», под ред. В.В Залесского, М.М. Рассоловой. / Закон и право. – Москва, 2012 г.
9. Бухгалтерский и налоговый учет факторинговых операций // Главбух, 2013 г., №5.

*Кулишова А.П.*

*студентка 3 курса*

*Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.*

*д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор*

*Пермский институт экономики и финансов*

*(г. Пермь)*

#### **Конституционно-правовая характеристика определения исполнительной власти РФ**

Исполнительная власть – эта особая тема, которая нуждается в серьезных исследованиях в рамках теории конституционного права современного государства. Однако, сегодня государство существует таким, каким оно сложилось, и оно обязано отвечать на зов общества, выполнять функции, без которых нарушается ход событий и нарастает угроза безопасности для общества. Этим и объясняется необходимость современного анализа состояния исполнительной власти в России и поиска путей решения «вечно новых проблем» в ее устройстве.

Исполнительная власть впервые была законодательно закреплена как самостоятельная ветвь государственной власти в ст.10, 11 и 110 Конституции РФ, принятой 12 декабря 1993 г. [1].

Реальные характеристики исполнительной власти отражают состояние государственности в данный момент в целом, позволяют оценить потенциал и перспективы государственно-правовых методов разрешения социальных проблем.

В системе субъектов конституционного права основными можно назвать гражданина и исполнительный орган государственной власти.

После принятия Конституции РФ очень многое изменилось в положении субъектов, которых прежде называли органами государственного управления, исполнительно-распорядительными органами. Во-первых, Конституция РФ называет их органами исполнительной власти. Во-вторых, они теперь организационно не подчиняются представительным органам, а в силу принципа разделения властей подчиняются исполнительным органам и исполняют их законы и иные нормативные акты. В-третьих, публичные органы исполнительной власти четко разделились на государственные и муниципальные. Образовались две самостоятельные подсистемы на базе действовавшей ранее единой системы государственных исполнительно-распорядительных органов. В-четвертых, снизилась роль коллегиальности в исполнении законов. Кроме того, сейчас нет союзных органов, развиваются федеративные начала, избираются главы субъектов РФ, и произошло много других изменений в положении, структуре, компетенции, формах и методах деятельности публичной администрации вообще и государственной администрации в частности.

Раскрывая особенности исполнительных органов (государственной власти), Ю.А. Тихомиров пишет:

1. Исполнительный орган обладает своим статусом;
2. Наделен компетенцией;
3. Является подзаконным;
4. Является структурно организованным, в нем есть штатное расписание.

В числе выделенных признаков исполнительных органов Ю.М. Козлов называет:

Исполнительные органы представляют составную часть государственного аппарата.

1. Являются носителями государственно-властных полномочий.
2. Представляют собой разновидность государственных организаций.
3. Представляют собой определенные трудовые коллективы.
4. Представляют их должностные лица.
5. Имеют территориальный масштаб деятельности.

6. Образование, реорганизация и ликвидация исполнительных органов осуществляются в порядке, установленном законодательством[2].

Названные выше признаки не раскрывают видовых особенностей, поэтому Ю.М. Козлов и не включил их в определение: «Орган исполнительной власти – структурное подразделение государственно-властного механизма (государственного аппарата), создаваемое специально для повседневного функционирования в системе разделения властей с целью проведения в жизнь (исполнение) законов в процессе руководства (регулирования) экономической, социально-культурной и административно-политической сферами жизни общества». В этом определении только один признак (проведение в жизнь (исполнение) законов) отражает видовую особенность предмета исследования, а все остальные свойственны и другим органам государственной власти.

Б.П. Елисеев предложил такое определение: Орган исполнительной власти:

1. Составная часть механизма (системы) исполнительной власти;
2. Действует в сфере исполнительной власти;
3. Осуществляет деятельность исполнительного и распорядительного характера;
4. Выступает по поручению и от имени государства;
5. Обладает собственной компетенцией;
6. Имеет свою структуру;
7. Применяет присущие ему формы и методы деятельности[3].

Очевидно, что 4-7-й признаки присущи любой государственной организации, а первые три не раскрывают всех существенных особенностей исполнительного органа государственной власти.

Краткий анализ точек зрения ведущих представителей современной науки позволяет сделать вывод, что в конституционном праве еще не выработано единого понятия исполнительного органа государственной власти, адекватного современным реалиям.

Исполнительный орган государственной власти – особый вид органов государства. Он обладает всеми признаками госоргана:

- организованный коллектив, образующий самостоятельную часть государственного аппарата;
- выполняющий государственные функции;
- наделенный собственной компетенцией, государственно-властными полномочиями в отношении других организаций, граждан;
- выступающий в правоотношениях от своего имени;
- его образование, структура, цели и формы деятельности регулируются правом.

#### **Список использованной литературы**

1. Конституция РФ от 12 декабря 1993 г. // Российская газета от 25 декабря 1993 г. N 237
2. Алехин А.П., Кармолицкий А.А., Козлов Ю.М. Административное право Российской Федерации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013.
3. Елисеев Б.П. Система органов государственной власти в РФ. – М., 2012.

*Мясникова А.М.  
студентка 2 курса магистратуры юридического факультета  
Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор  
Пермский государственный национальный исследовательский университет  
(г. Пермь)*

#### **О возмещении убытков (гражданско-правовой аспект)**

Понятие убытки дано в ст. 15 ГК РФ. Под убытками понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

В.С. Евтеев отмечает, что «термин «убытки» может употребляться в двух значениях: экономическом и гражданско-правовом. При этом, общим признаком убытков является то что они представляют собой денежное выражение хозяйственных диспропорций, проявляющихся в уменьшении имущественных активов, увеличении пассивов (обязательств), превышения расходов над доходами» [2,15]. За экономические убытки контрагент по договору, ответственности не несет.

О.И. Кучерова разделяет позиции В.С. Евтеева Она отмечает, что в экономическом смысле, под убытками понимается умаление имущества лица (имущественные потери). Эти потери могут возникать по различным основаниям: неправомерное действие третьих лиц, неисполнение обязательств по договору, стихийные бедствия, правомерные действия кредитора, то есть убытки не всегда являются следствием нарушения прав человека. «Коротко экономические убытки определяются как «Все потери в имуществе независимо от породивших их причин», умаление имущества определенного субъекта экономического оборота, отрицательный результат производственно-хозяйственной деятельности самого субъекта, наступивший вследствие превышения затрат на производство и реализацию продукции над реализацию от ее продажи, превышение расходов над доходами,» – Кучерова О.И. [5,8].

Венедиктов В.А. отмечал, что основной причиной трудностей возмещения убытков являются «условия хозяйственных процессов, нормальный ход которых нарушается неисполнением договоров контрагентами данного предприятия. Наряду с этим некоторую роль играет отсутствие как в практике, так и в теории достаточно разработанных положений, определяющих само содержание «реальных убытков», с одной стороны, и устанавливающих методы определения убытков для тех случаев, когда подсчет их на основании отчет-

ных бухгалтерских данных оказывается фактически невозможным, – с другой» [1,548]. На данный момент в Российской Федерации действует методика определения размера убытков, 1990 года, разработанная еще в СССР. Однако, в связи с изменением экономической ситуации в стране, она может служить только отправной точкой для разработки новой методики и применения ее на практике судами. Концепцией развития гражданского законодательства предлагается введение «абстрактных» убытков, однако данные изменения еще не приняты законодателем. Тем не менее, законодателю необходимо разработать методику определения размера реальных убытков, в соответствии со сложившейся экономической ситуацией в стране.

Венедиктов А.В. также отмечал отсутствие такой составляющей убытков, как упущенная выгода. Он говорит, что в СССР признавалось право на возмещение реальных убытков, основанных на бухгалтерской отчетности. Доводы о том, что недопоставка сырья в размере 20% приведет к невыполнению плана на те же 20% процентов не принималась судами в то время. Простой, при этом, также не принимался во внимание, даже с учетом нормативов. При этом, в случае отсутствия реальных убытков, то есть реального размера убытков, и ссылка на их нормативную составляющую также не принимались во внимание судами. Для удовлетворения иска истцу необходимо было доказать реальный размер понесенных ими убытков [1,548].

На наш взгляд, такой подход законодателя не является верным, поскольку не учитывается такая составляющая убытков, как упущенная выгода, а также в связи с тем, что доказать реальный ущерб бывает затруднительно для истца. Однако, данные тенденции перешли и в современное законодательство. Возможно, введение «абстрактных убытков» позволит повернуть практику возмещения убытков в другое русло, выгодное для позиции истца. Однако, пока данное нововведение не появилось в Гражданском кодексе, нам сложно утверждать и том, принесет оно пользу или нет.

В.С. Евтеев отмечает, что термины «упущенная выгода» и «неполученные доходы» не являются синонимами. Он говорит, что в ст. 15 ГК РФ, «...использованы понятия «неполученные доходы» и «упущенная выгода», причем они не разграничены. Если признать их синонимами, то включение в текст закона дублирующего понятия – «упущенная выгода» – выглядит неосновательным. Между тем, в отличие от неполученного дохода, упущенная выгода, или неполученная прибыль, представляет собой разницу между неполученным доходом и произведенными необходимыми расходами, включаемыми обычно в себестоимость продукции. Поэтому одно дело возместить упущенную выгоду (неполученную прибыль), и совсем другое – неполученный доход, включающий не только прибыль, но и сэкономленные или не понесенные расходы, а также иные затраты, включаемые в себестоимость продукции. В последнем случае, потерпевшая при нарушении договора сторона, неосновательно обогащается, что недопустимо...» [3].

Российская практика возмещения убытков невелика, это выражается в том, что доказать убытки, а как следствие, и их вид – упущенную выгоду, достаточно тяжело.

Этот факт подтверждают все российские ученые и правоведы. Н.А. Иванова связывает сложность доказывания убытков с их абстрактностью, а также тем, что перечень доказательств, необходимых для взыскания упущенной выгоды, законодательно не определен. И даже при наличии доказательств упущенной выгоды, не всегда можно рассчитывать на ее взыскание, так как суд может посчитать факт недоказанным [4]. Например, сложно доказать намерения заключения основного договора, ведь не всегда заключение предварительного договора ведет за собой заключение основного. В данном случае, необходимо доказать такой критерий, как наличие убытков.

Стоит не согласиться с Н.А. Ивановой о том, что на возмещение упущенной выгоды могут претендовать предприниматели. Несомненно, основная масса исков о возмещении убытков подается предпринимателями или же коммерческими организациями, однако и в судах общей юрисдикции имеются прецеденты взыскания упущенной выгоды с одного физического лица в пользу другого. Так, например, Индустриальным районным судом г. Перми было вынесено решение о взыскании упущенной выгоды с Г. В обоснование требований истец указал, что им был подписан договор купли-продажи квартиры, по услови-

ям которого, лицо, приобретающее указанное жилое помещение, вносит задаток по данному договору в размере 500 000 руб. Вместе с тем, согласно договору купли-продажи, в случае последующего отказа продавца от продажи квартиры, продавец обязуется вернуть покупателю внесенный в качестве предоплаты задаток в двойном размере. В октябре истец во исполнение указанного договора получил от покупателя Ф. задаток в размере 50 000 руб. Поскольку истец не смог обеспечить фактическую продажу квартиры по причине незаконного нахождения в ней ответчиков (Г), в ноябре того же года, договор купли-продажи был расторгнут, а покупателю истцом был возвращен задаток в двойном размере в сумме 1 000 000 руб. Кроме того, в июле следующего года между истцом и Н. был подписан договор аренды указанного жилого помещения, по условиям которого, истец в течение трех дней с момента заключения данного договора обязался предоставить арендатору квартиру во временное владение и пользование. Поскольку ответчики в добровольном порядке не освободили квартиру, истец не смог выполнить условия договора аренды, своевременно предоставить арендатору в пользование квартиру, в связи с чем, договор аренды был расторгнут арендатором в одностороннем порядке, согласно условиям договора. Ежемесячная арендная плата по договору составляла 11000 руб., срок аренды по договору 11 месяцев, таким образом, за период действия договора аренды истец мог получить денежную сумму в размере 121 000 руб. В связи с изложенным, данная денежная сумма является упущенной выгодой. Однако, материалам дела установлено, что покупатель в курсе о проживании в квартире Г., вследствие чего в данных требованиях ему было отказано. Требования о взыскании упущенной выгоды – арендной платы были удовлетворены в полном объеме.

При взыскании упущенной выгоды, есть немаловажное условие для ее возмещения, предусмотренное ч. 4 ст. 393 ГК РФ: «при определении упущенной выгоды учитываются предпринятые кредитором для ее получения меры и сделанные с этой целью приготовления» [7]. Существует и арбитражная практика на этот счет. Например, эта позиция подтверждается Постановлением Четвертого арбитражного апелляционного суда от 15.02.2013 по делу N А78-6517/2012, согласно которому указано, что обязанность возместить причиненные убытки возникает у причинителя вреда на основании п. 1 ст. 15 ГК РФ.

Для более полного анализа возмещения убытков следует обратиться к практике возмещения убытков в странах романно-германской системы, поскольку Россия относится к странам данной системы права.

Таким образом, сложности возмещения убытков в Российской Федерации связаны с несколькими причинами, это и исторически обусловленная причина: отсутствие в СССР такой составляющей убытков, как упущенная выгода; отсутствие работающего законодательного механизма возмещения убытков, а именно: отсутствие методики определения убытков, соответствующей современным условиям жизни позволяющей сторонам по делу, судам руководствоваться ей при разрешении споров. Также законодатель сам устанавливает барьеры для возмещения убытков, так, например, п. 3.ст 393 ГК РФ, который говорит о приготовлениях и мерах, направленных на уменьшение убытков, в Российской Федерации данные меры, являются условием для возмещения убытков, в Германии, наоборот, это является основанием для их возмещения. С одной стороны, такой подход законодателя понятен, однако, на наш взгляд, данная норма была введена в текст Гражданского кодекса, для ограничения злоупотребления правом истца, с другой стороны, ответчик в данном случае остается в более выигрышном положении. На наш взгляд, отечественному законодателю стоит принять норму, согласно которой, данные приготовления будут основанием, а не условием возмещения убытков. Ведь в данном случае, истец несет реальный ущерб, упущенную выгоду, но, для того, чтобы ее взыскать, должен принимать меры по уменьшению упущенной выгоды.

#### **Список использованных источников**

1. Венедиктов А.В. «Избранные труды по гражданскому праву» Т.1. М.: Статут. 2004 г. 1024 с.

2. Евтеев В.С. Возмещение убытков как вид ответственности в коммерческой деятельности. М.: Зерцало. 2005 г.
3. Евтеев В.С. Проблемы возмещения упущенной выгоды по договору поставки // Гражданин и право. 2001 г. № 2.
4. Иванова Н.А. «О правовой сущности упущенной выгоды». // Налоги. 2008. N 23 [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Кучерова О.И. К вопросу о делении убытков на юридические и экономические. // Арбитражный и гражданский процесс. 2006 г. № 8.
6. Проблемы гражданского и предпринимательского права Германии / Пер. с нем. – М., 2001.
7. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. От 01.10.2013 г.).

*Митькина А.В.*  
*студентка 2 курса*  
*Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.*  
*д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор*  
*Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет*  
*(г. Пермь)*

### **Правовые последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения требования, являющегося предметом уступки**

Первоначальный кредитор, уступивший требование, отвечает перед новым кредитором за недействительность переданного ему требования, но не отвечает за неисполнение этого требования должником, кроме случая, когда первоначальный кредитор принял на себя поручительство за должника перед новым кредитором (ст. 390 ГК РФ) [1].

Этим общим правилом об ответственности за действительность уступаемого требования и охватывается ответственность cedentа, которое определяет обременение уступаемого права любыми правами и притязаниями третьих лиц; также наличие у должника возражений для защиты, к которым относят пропуск срока исковой давности, неисполнение встречного обязательства cedentом [2,504].

Суть, изучаемой темы, содержится в 827 статье Гражданского кодекса РФ, которая содержит следующее: клиент, не отвечает за неисполнение или ненадлежащее исполнение должником требований, являющегося предметом уступки, в случае предъявления его финансовым агентом к исполнению, если иное соглашение не установлено договором между клиентом и финансовым агентом. Данная гражданская норма является диспозитивной, что дает сторонам возможность своим соглашением исключить или ограничить ответственность клиента за действительность уступаемого требования [2,505].

В ст. 827 пункте 3 ГК РФ указано, что клиент не отвечает за неисполнение или ненадлежащее исполнение должником требования, являющегося предметом уступки, в случае предъявления его финансовым агентом к исполнению, если иное не предусмотрено договором между клиентом и финансовым агентом.

Анализ судебной практики показал, что стороны включают в договор факторинга условие об ответственности клиента, способы закрепления данного условия, а также правовые последствия принятия на себя клиентом соответствующих обязанностей.

Согласно статье 824 ГК РФ по договору финансирования под уступку денежного требования одна сторона (финансовый агент) передает или обязуется передать другой стороне (клиенту) денежные средства в счет денежного требования клиента (кредитора) к третьему лицу (должнику), вытекающего из предоставления клиентом товаров, выполнения им работ или оказания услуг третьему лицу, а клиент уступает или обязуется уступить финансовому агенту это денежное требование [1].

Поскольку указанные нормы носят диспозитивный характер гражданско-правового регулирования, то стороны вправе в рамках договора финансирования под уступку де-



нежного требования определить меры гражданско-правовой ответственности клиента [3,343].

Причиной отказа сторон от исполнения обязательства по договорным отношениям может быть, если договор об оказании услуг не соответствует целям предпринимательским целям покупателя услуг (заказчика услуг). Итоговой (конечной) целью приобретения товара является их использование по прямому назначению для использования в целях и необходимости, которые представляют потребности РФ в продукции готовой, выполнении товаров и услуг, необходимой для решения задач жизнеобеспечения обороны, безопасности страны и реализации всевозможных федеральных, муниципальных, краевых, целевых программ [4,309].

Отказ клиента от заключения договора может также повлечь вторую сторону обратиться в органы суда для заключения договора и взыскания понесенных убытков, в том числе на доставку, транспортировку, упаковку, сверку, сверку товара по актам приема-передачи.

В связи с вышеизложенным хотелось бы отметить, что соглашение об уступке права (требования) является удобным юридическим механизмом, с помощью которого организации имеют возможность оптимально структурировать свой бизнес, а также своевременно вносить необходимые коррективы в систему заключаемых договоров. Тем не менее, заключая соглашения об уступке прав (требований), необходимо не только руководствоваться требованиями действующего законодательства, но и учитывать правоприменительную практику. Только комплексный анализ положений законодательства и судебных решений позволит составить четкое представление о том, допускается ли уступка предполагаемых передаче прав, а также предоставит сторонам возможность наиболее грамотно составить соответствующие соглашения, в максимальной степени учесть и защитить свои интересы, минимизировать риски оспаривания заключаемых соглашений. Все это, несомненно, будет способствовать более успешному ведению бизнеса отдельными организациями, равно как и повышению уровня стабильности и надежности делового оборота в целом.

#### **Список используемых источников**

1. Брагинский М.И., Ветрянский В.В.. Договорное право. Договоры о выполнении работ и оказании услуг. Книга третья. – М.: 2006 год, 309с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 28.06.2012) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.07.2013)// «Российская газета», N 23, 06.02.1996, N 24, 07.02.1996, N 25, 08.02.1996, N 27, 10.02.1996.
3. Гражданское право. В 4-х томах. Под ред. Суханова Е.А. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: 2008, Том 3, 504 с.
4. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть вторая: учебно-практический комментарий (постатейный) / Е.Н. Абрамова, Н.Н. Аверченко, К.М. Арсланов и др.; под ред. А.П. Сергеева. – М.: Проспект, 2010. 343 с.

*Назарова А.В.  
студентка 2 курса  
факультета правового и социально-педагогического образования  
Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Современная система транспортных договоров**

В современном обществе транспорт образует самостоятельную сферу экономической деятельности, живущую по особым правилам. Роль транспорта заключается в оказании специфических услуг, направленных на перемещение товара или человека в пространстве.

Современная система транспортных договоров включает в себя три группы договоров: договоры об организации перевозок; договоры перевозки грузов, пассажира и багажа; вспомогательные транспортные договоры (договор транспортной экспедиции и другие, предметом которых является оказание услуг, связанных с перевозкой грузов). Исследуя проблемные вопросы по данной тематике, многие авторы отмечают, что «законодательство не дает определения транспортной системы как единого хозяйственного комплекса. С организационно-правовой точки зрения такого комплекса не существует, поскольку не существует единого централизованного управления транспортом, единого законодательства». Действующий гражданский кодекс также не внес в этот вопрос существенных изменений, так как практически почти все статьи гл. 40 («Перевозка») содержат отсылочные нормы к транспортным уставам и кодексам [1]. Как показывает практика, общественный транспорт страны утратил свое монопольное положение: субъектами транспортных отношений все в большей мере становятся частнопредпринимательские структуры.

Перевозка (в широком значении) – это обязательства, в силу которых перевозчик должен совершить юридические и фактические действия по перемещению (транспортировке) груза, пассажира или багажа (транспортные услуги) в пользу грузоотправителя (грузополучателя, пассажира), а грузоотправитель обязуется оплатить эти действия. Транспортные отношения, всегда и непосредственно связаны с максимальным предпринимательским риском, сопровождаемые воздействиями источников повышенной опасности, не всегда строятся по классической двусторонней схеме: грузоотправитель – перевозчик. Перевозка груза по своей конструкции, как правило, предусматривает участие третьего лица – грузополучателя. Многие авторы договоры перевозки различают по виду транспортных средств: железнодорожная перевозка; автомобильная перевозка; воздушная перевозка; воздушный чартер; морская перевозка; перевозка по внутренним водным путям [5, с.278].

Гражданский кодекс, традиционно определяя основные принципы гражданско-правового регулирования перевозок, отсылает к иным специальным законам, составляющим транспортное законодательство.

С учетом активного вовлечения России в мировое экономическое сообщество все более часто применяются международные транспортные соглашения и конвенции. Они используются при осуществлении международных перевозок, а также служат образцом для унификации российского транспортного права.

Договор об организации перевозок грузов – соглашение, в силу которого перевозчик обязуется в установленные сроки принимать, а грузовладелец – предъявлять к перевозке грузы в обусловленном объеме.

Договор перевозки грузов занимает в системе транспортных договоров доминирующее положение, является как бы базовым договором, поскольку именно этот договор выполняет основные задачи, связанные с перемещением материальных ценностей, способствует выполнению обязательств по доставке продукции потребителю.

Договор перевозки грузов определяется как соглашение между грузоотправителем и перевозчиком, по которому перевозчик обязуется доставить вверенный ему отправителем груз в пункт назначения и выдать его правомочному на получение груза лицу (получателю), а отправитель обязуется уплатить за перевозку установленную плату (п. 1 ст. 785 ГК) [1].

В соответствии с п. 1 ст. 801 Гражданского Кодекса «по договору транспортной экспедиции одна сторона (экспедитор) обязуется за вознаграждение и за счет другой стороны (клиента-грузоотправителя или грузополучателя) выполнить или организовать выполнение определенных договором услуг, связанных с перевозкой груза»[1].

Как отмечают большинство авторов, транспортные обязательства, имея единую основную юридическую конструкцию, имеют и некоторые особенности.

Договор железнодорожной перевозки грузов является, по мнению С.С. Алексеева, «классическим примером регламентации отношений перевозки вообще»[5, с.288]. Будучи

естественной монополией, железная дорога остается единственным видом транспорта, состоящим в федеральной государственной собственности. Железные дороги выступают в «качестве государственных унитарных предприятий» [2]. Управление ими осуществляется федеральными исполнительными органами (прежде всего Министерством путей сообщения России) в централизованном порядке, но с использованием рыночных принципов [2]. Это определяет специфику договора перевозки грузов железнодорожным транспортом.

Морская перевозка традиционно регулируется диспозитивными нормами, а потому договор приобретает здесь особое значение. Перевозчиком обычно является пароходство (иногда порт). Договор морской перевозки грузов может быть заключен:

- в форме договора фрахтования судна или чартер;
- во втором случае договор оформляется коносаментом.

Чартер применяется при перевозках значительных партий или массовых грузов, а коносамент – при небольших по объему перевозках. Коносамент составляется перевозчиком на основании погрузочных документов, подписывается представителем перевозчика (обычно – капитаном судна) и выдается отправителю. Он является строго формальной ценной бумагой, распоряжение которой означает передачу товара. В этом основное отличие коносамента от накладной: он не просто сопровождает груз, а является товарораспорядительным документом. Коносамент как ценная бумага может быть именным, ордерным и предъявительским.

Чартер – консенсуальная разновидность договора перевозки. Поскольку его заключение не свидетельствует о приеме груза к перевозке и не дает возможности распорядиться им, при чартерных перевозках может быть выписан и коносамент. В этом случае отношения между фрахтовщиком и фрахтователем определяются чартером, а между перевозчиком (фрахтовщиком) и третьими лицами (прежде всего получателем) – коносаментом, если в нем нет иной оговорки со ссылкой на чартер [4].

От чартера отличаются договор фрахтования судна на время – тайм-чартер и договор фрахтования судна без экипажа – бэрбоут-чартер. Они применяются как при перевозках грузов и пассажиров, так и для достижения иных целей торгового мореплавания (проведение научных экспедиций, эксплуатация морских богатств, проведение экскурсий и прогулок и др.).

Наряду с обычной воздушной перевозкой активно используется также договор воздушного чартера, основные положения которого сходны с описанными чертами морского чартера.

По договору перевозки пассажира перевозчик обязуется перевезти пассажира в пункт назначения, а в случае сдачи пассажиром багажа также доставить багаж в пункт назначения и выдать его правомочному на получение багажа лицу. Пассажир обязуется уплатить установленную плату за проезд, а при сдаче багажа и за провоз багажа.

Законодатель определяет понятие термина багажа, как «вещи пассажира, принятые в установленном порядке для перевозки в транспортном средстве, предназначенном для перевозки пассажиров, до места назначения, указанного в проездном билете» [3].

По договору перевозки багажа перевозчик обязуется доставить вверенный ему пассажиром багаж в указанный пункт назначения и выдать его управомоченному на получение багажа лицу, а пассажир обязуется уплатить за провоз багажа установленную плату. Договор перевозки багажа взаимный, возмездный, но в отличие от договора перевозки пассажира всегда реальный, так как считается заключенным в момент сдачи багажа к перевозке. Как и договор перевозки пассажира, договор перевозки багажа транспортом общего пользования является публичным, а к отношениям, связанным с такой перевозкой, применяется законодательство о защите прав потребителей.

Особый вид нарушения перевозчиком своих договорных обязанностей – просрочка в доставке груза. В этом случае перевозчик платит штраф, который в действующих транспортных уставах носит характер исключительной неустойки и исчисляется в процентном отношении к провозной плате в зависимости от длительности просрочки в доставке груза.

Просрочка в доставке груза может явиться причиной его порчи или даже гибели. Тогда, кроме уплаты штрафа за просрочку, перевозчик обязан возместить ущерб, причиненный порчей (гибелью) груза.

Таким образом, каждый из вышеперечисленных видов договора перевозки регулируется Гражданским кодексом РФ, транспортными уставами и кодексами РФ, иными законами и издаваемыми в соответствии с ними правилами и занимает свое важное место в системе правового регулирования отношений, связанных с перевозками грузов, пассажиров и багажа.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.07.2013) // «Собрание законодательства РФ», 29.01.1996, N 5, ст. 410.
2. Федеральный закон от 10.01.2003 N 18-ФЗ (ред. от 14.06.2012) «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 13.01.2003, N 2, ст. 170.
3. Федеральный закон от 08.11.2007 N 259-ФЗ (ред. от 28.07.2012) «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013) // «Собрание законодательства РФ», 12.11.2007, N 46, ст. 5555
4. «Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации» от 30.04.1999 N 81-ФЗ (ред. от 28.07.2012) // «Собрание законодательства РФ», 03.05.1999, N 18, ст. 2207
5. Гражданское право: учеб. / С.С. Алексеев, Б.М. Гонгало, Д.В. Мурзин [и др.]; под общ. ред. чл.-корр. РАН С.С. Алексеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект; Екатеринбург; 2009.

*Накаряков Д.А.  
курсант 3 курса юридического факультета  
Научный руководитель: Брылёва Е.А., канд. юрид. наук,  
ст. преподаватель каф. государственно-правовых дисциплин  
Пермский институт ФСИН России  
(г. Пермь)*

#### **Парадипломатия регионов: правовые аспекты регулирования**

В свете мировой глобализации укрепление сотрудничества между государствами – в частности, отношения трансграничного характера, приобретает все большее значение. Многие страны имеют приграничные территории, в которых законодательно закреплены полномочия по вопросам внешней торговли, охраны окружающей среды, культуры и т.п., которые выходят за пределы государства.

В качестве субъектов процесса интеграции выступают как государства в целом, так и отдельные субъекты, а также муниципальные образования [5].

На сегодняшний день правовой основой в области регулирования приграничного сотрудничества являются Европейская рамочная конвенция о приграничном сотрудничестве территориальных сообществ и властей 1980 г. (далее – Конвенция), Дополнительный протокол 1995 г. и Протокол № 2 1998 г. Однако сфера их действия и ограничена рамками конкретной международной организации – Совета Европы [4, 15].

Национальное законодательство по вопросам приграничного сотрудничества образуют положения, которые содержатся в Конституции и других Федеральных законах, таких как: «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации», «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», «О международных договорах Российской Федерации», «О Государственной границе Российской Федерации», «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», «О принципах и порядке разграничения предметов

ведения и полномочий между органами государственной власти Российской Федерации и органами государственной власти субъектов Российской Федерации», Таможенный кодекс и др.

Однако, несмотря на многообразие нормативных актов, существующая правовая база не позволяет в полной мере реализовать экономический потенциал приграничного сотрудничества, поскольку законодательство, напрямую регулирующее данную сферу, отсутствует. Данный факт препятствует развитию прямых контактов между приграничными регионами и их муниципальными образованиями.

Большое внимание развитию внешних связей регионов уделяет Европейский союз. В 2007 г. Европейская комиссия подготовила Белую книгу [3] о надлежащем управлении. Ее положения предусматривают проведение консультаций с регионами по поводу ряда инициатив, подразумевающих заключение трехсторонних соглашений (государство – ЕС – регионы), когда регионы участвуют в этих соглашениях на равных правах с государством. Законодательно оформлена возможность для региональных и местных властей самостоятельно или путем уведомления входить в прямой контакт с регионами других стран для установления межрегиональных отношений (и не только трансграничных) [5].

Приграничное сотрудничество является одной из самых ранних форм международной деятельности регионов. Необходимость пересечения границ и развития экономических связей обуславливает исторические функции приграничных регионов. Считается, что сегодня приграничное сотрудничество можно рассматривать как специфическую разновидность международной деятельности регионов [2].

Необходимость развития правовой базы в области приграничного сотрудничества осознают все участники отношений. Данное направление деятельности Комитета Совета Федерации по делам СНГ является одним из ключевых.

19 июля 2010 г. в первом чтении был принят проект Федерального закона N 351626-5 «Об основах приграничного сотрудничества в Российской Федерации» [7]. Особенностью законопроекта явилось то, что его положения не распространяются на отношения в сфере приграничного сотрудничества, регулируемые гражданским законодательством, в том числе отношения с участием Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Законопроект закрепляет основные задачи и принципы приграничного сотрудничества, полномочия органов публичной власти различного уровня в сфере приграничного сотрудничества, а также основные направления и формы взаимодействия субъектов приграничного сотрудничества с соответствующими субъектами сопредельных государств. Проект закона предлагает развивать механизм заключения соглашений о приграничном сотрудничестве на региональном уровне, учитывая интересы приграничных муниципальных образований, на территории которых будут распространять свое действие данные соглашения, а также органами государственной власти субъектов Российской Федерации, заключающими соответствующие соглашения.

Помимо того, предлагается закрепить механизм заключения соглашений о приграничном сотрудничестве на уровне муниципальных образований. По мнению инициаторов проекта, данная правовая новелла наиболее полным образом учтет особенности всех муниципальных образований, составляющих территорию приграничного сотрудничества, в процессе такого сотрудничества. Также предусматривается возможность участия в соглашении о приграничном сотрудничестве одновременно нескольких публично-правовых субъектов. Разработчики считают, что принятие данного законопроекта будет способствовать устранению приграничных проблем на местном уровне, организации сотрудничества в сфере регулирования миграции населения и рынка труда. Принятие закона должно привести к созданию гибких хозяйственных структур с привлечением внешних инвестиций для строительства, оптимального функционирования транспортной инфраструктуры, приграничной торговли, туризма, налаживанию связей в культурной, социальной, природоохранной и других областях.

Финансирование приграничного сотрудничества на государственном уровне фактически отсутствовало в Российской Федерации, пока в ноябре 2009 г. не были подписаны пять соглашений с Евросоюзом [6].

Россия ратифицировала Европейскую рамочную конвенцию о приграничном сотрудничестве территориальных сообществ и властей [4], где прописана возможность сотрудничества муниципалитетов. Этот международный документ, при его грамотном применении, сможет послужить двигателем всей системы приграничного сотрудничества.

Преамбула Европейской рамочной конвенции провозглашает цели сотрудничества приграничных территориальных сообществ и властей – развитие регионов, городов и сельских районов, охрана окружающей среды, совершенствование общественной инфраструктуры и услуг, взаимопомощь в чрезвычайных ситуациях. Термин «территориальные сообщества и власти» означает сообщества, властные структуры или их органы, осуществляющие властные полномочия на региональном и местном уровне и рассматриваемые в качестве таковых в соответствии с внутренним законодательством каждого из государств (ст. 2, п. 2 Конвенции).

Представители местных и региональных образований стремятся пополнить число новых действующих субъектов дипломатии и добиться статуса субъекта международных отношений. Несмотря на это, государство по-прежнему остается главным субъектом дипломатии, и нигде международная деятельность не превратилась в исключительную компетенцию регионов. Как и прежде центральное Правительство играет во всех европейских странах главную, координирующую роль в проведении внешнеполитических акций. В большинстве стран именно с центральными органами государственного управления регионы, как правило, обязаны согласовывать свои внешние связи и коммерческие сделки. Внешняя деятельность самих регионов рассматривается как своего рода парадипломатия [5].

Статья 4 Конвенции гласит: «Каждая из Договаривающихся Сторон будет прилагать усилия для того, чтобы разрешать юридические, административные или технические проблемы, которые могут затруднить развитие и нормальный ход приграничного сотрудничества, а также будут проводить необходимые консультации с другой Договаривающейся Стороной или Сторонами».

В последнее время большое внимание уделяется созданию так называемых Европейских групп по трансграничному сотрудничеству. Планируется поощрять региональные и местные органы власти к их созданию. Фактически речь идет о формировании еврорегионов, наделенных правами юридического лица. В европейских документах о трансграничном сотрудничестве отмечается, что Европейская группа по трансграничному сотрудничеству состоит из стран-членов и/или представителей региональных и местных властей.

Преимущество субъектов Федерации в развитии внешнеэкономической деятельности заключается и в том, что они находятся ближе к точкам соприкосновения интересов и могут организовать, проконтролировать и внести изменения в совместные действия, оказывать помощь непосредственным участникам внешнеэкономических связей, особенно среднему и малому бизнесу, что не совсем удастся федеральному Правительству. Но для этого необходимо законодательное закрепление этих процессов [10].

#### **Список использованных источников**

1. Трансграничное сотрудничество в странах Балтии и на Северо-западе России // <http://www.nordregio.se> (дата обращения: 20.01.2014);
2. Приграничное сотрудничество на «новых и старых» границах России // [http://www.eabr.org/general/upload/docs/publication/magazine/no1\\_2008/n1\\_2008\\_14\\_Vardomskiy.pdf](http://www.eabr.org/general/upload/docs/publication/magazine/no1_2008/n1_2008_14_Vardomskiy.pdf) (дата обращения: 20.01.2014);
3. Глоссарий терминов Европейского Союза // [http://eeas.europa.eu/delegations/belarus/documents/more\\_info/glossary.pdf](http://eeas.europa.eu/delegations/belarus/documents/more_info/glossary.pdf) (дата обращения: 20.01.2014);
4. Европейская рамочная конвенция о приграничном сотрудничестве территориальных сообществ и властей. Мадрид, 21 мая 1980 г. // <http://www.mid.ru/bdomp/sbor.nsf/>

fe3845c0f6d9b35443256c8a004e8835/c50f6c31e4b4525e43256c8a0047bc4a!OpenDocument (дата обращения: 20.01.2014);

5. Зонова Т. Парадипломатия европейских регионов // <http://www.alleuropa.ru/paradiplomatiya-evropeyskich-regionov> (дата обращения: 20.01.2014);

6. Приграничное сотрудничество. Комитет Совета Федерации по делам СНГ // <http://sngcom.ru/publication/2011/09/20/prigranichnoe-sotrudnichestvo.html> (дата обращения: 20.01.2014);

7. Проект Федерального закона № 351626-5 «Об основах приграничного сотрудничества в Российской Федерации...» // <http://www.consultant.ru/law/review/821869.html> (дата обращения: 20.01.2014);

8. Федеральный закон от 15 июля 1995 г. N 101-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1995. № 29. Ст. 2757

9. Федеральный закон от 7 октября 2008 г. N 168-ФЗ // Российская газета – Федеральный выпуск. № 4770. 2008.

10. Чернов С.Н. Правовые основы парадипломатии европейских и российских регионов // «Государственная власть и местное самоуправление», 2013, № 10.

*Первушина Ю.Ю.  
студентка 2курса*

*Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор*

*Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

### **К вопросу ответственности перевозчика за неподачу транспортных средств (гражданско-правовой аспект)**

Транспортный комплекс России – обширный сектор народного хозяйства, обеспечивающий потребности экономики страны и населения в перевозках, влияющий на эффективность производства и качество жизни народа.

С точки зрения принципов построения российской системы права транспортное право не является самостоятельно отраслью права, как, например, административное, гражданское, трудовое и т.д. Это комплексная отрасль, поскольку в транспортном праве имеются нормы, которые по своей природе являются административными, гражданскими и т.д., что объясняется спецификой регулируемых транспортным правом общественных отношений.

Вместе с тем в качестве учебной дисциплины российское транспортное право является вполне самостоятельным предметом, содержащим большой правовой массив, который отличается многообразием и сложностью изучаемых институтов и норм[6, с. 9].

Предметом транспортного права являются общественные отношения, связанные с транспортировкой грузов, пассажиров, багажа и возникающие у транспортных организаций и индивидуальных перевозчиков с клиентурой, а также между самими перевозчиками как одного, так и разных видов транспорта при осуществлении перевозочного процесса.

Управление транспортом имеет своей задачей своевременно и качественно обеспечить дальнейшее развитие и совершенствование транспорта страны, связанного с жизнедеятельностью всех отраслей экономики, и на этой основе содействовать более полному удовлетворению материальных и культурных потребностей общества. Различают пять основных видов транспорта: железнодорожный, морской, воздушный, речной и автомобильный[5, с. 88-96].

Систему нормативных актов, содержащих нормы, регулирующие транспортные отношения, называют транспортным законодательством. Следует отметить, что транспортное законодательство Российской Федерации вобрало в себя все основные положения транспортного законодательства Союза ССР.

Обязательства по перевозке грузов подчиняются общим правилам гражданского законодательства об ответственности лишь в той мере, в какой соответствующий вопрос не

нашёл должного отражения в нормах транспортных уставов, кодексах и других актах, регулирующих перевозку грузов. Анализ этих норм позволяет выделить две группы обстоятельств, в которых получают отражение особенности ответственности перевозчиков за неподачу транспортных средств для перевозки груза в соответствии с принятой заявкой (заказом) или иным договором и грузоотправителя за непредъявление груза либо неиспользование поданных транспортных средств по иным причинам. Они касаются:

- условий ответственности;
- характера, размера и форм ответственности.

Рассмотрим каждую из этих групп. Ответственность за неподачу транспортных средств и за неиспользование поданных транспортных средств носит взаимный характер: грузоотправитель отвечает перед перевозчиком, которому он должен сдать груз для перевозки, а перевозчик отвечает перед грузоотправителем, грузы которого он обязан перевезти. Нарушение обязанности перевозчиком выражается в описанных далее формах.

Для того чтобы обязанность перевозчика по подаче транспортных средств была признана выполненной, требуется строгое соответствие этой подачи количественными показателям заявки или иного договора. Заявка (заказ) считается перевозчиком невыполненной(ым), если, несмотря на её своевременную подачу грузоотправителем, транспортные средства в соответствующие сроки не подавались или подавались в меньшем, чем предусмотрено заявкой( заказом), количестве.

Восполнение недогруза транспортных средств может быть предусмотрено только в договорах об организации перевозок грузов. Перевозочные средства, не поданные в течение месяца либо квартала (например, на железнодорожном транспорте), могут быть выделены в течение первых дней следующего месяца, либо в первом месяце следующего квартала[4, с. 288].

На речном и морском транспорте восполнение недогруза может производиться в пределах навигационного периода. При этом стороны долгосрочного договора об организации перевозок грузов вправе включить в него положение о том, что недогруз может быть восполнен лишь при условии предъявления соответствующего требования со стороны грузоотправителя. Грузоотправитель, не востребовавший от перевозчика восполнения недогруза, снимает тем самым с последнего обязанности по выделению соответствующего количества транспортных средств.

Второе необходимо условие, при наличии которого перевозчик исполняет обязанности по восполнению недогруза и которое может быть включено в долгосрочный договор, – это согласование между перевозчиком и отправителем порядка выделения транспортных средств для восполнения недогруза: в каком порядке должны подаваться транспортные средства, сгущение подачи и т.п. Если соглашением сторон порядок выделения транспортных средств не установлен, ответственность перевозчика за их неподачу исключается.

Эти условия при установлении ответственности перевозчиков за невосполнение недогруза следует признать обоснованными, так как грузоотправитель может утратить заинтересованность в получении транспортных средств за прошлый период. При отсутствии такой заинтересованности грузоотправитель, естественно, не потребует подачи транспортных средств, а у перевозчика не возникнет соответствующей обязанности. В случае же когда грузоотправитель испытывает потребность в транспортных средствах, не поданных ему в прошлый период, он должен оговорить условия подачи недогруза с перевозчиком, так как последнего может не оказаться свободных транспортных средств[2].

Ответственность перевозчика за неподачу транспортных средств затрагивается в ст. 794 ГК РФ[4]. Материал, составляющий комментарий данной статьи содержит общие положения об ответственности за нарушение обязательства по подаче транспортных средств и предъявлению груза к перевозке. Положения данной статьи касаются только договоров перевозки груза и не распространяются на отношения по перевозке пассажира и багажа. На морском и воздушном транспорте с неисправной стороны могут быть взысканы причиненные контрагенту убытки в полном объеме (ст. 128, п. 3 ст. 129 КТМ)[3]. Ответственность может наступить как при неподаче (несвоевременной подаче) транспортного сред-



ства, так и в случае подачи транспортных средств, не пригодных к перевозке указанного в заявке груза.

Подводя итог необходимо отметить тот факт, что в транспортное законодательство постоянно вносятся изменения и дополнения, что создаёт почву для изучения материала.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 14.11.2013) // «Собрание законодательства РФ», 05.12.1994, N 32, гл.4 ст. 794.
2. Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации от 30.04.1999 N 81-ФЗ (ред. от 23.04.2012) // «Российская газета», N 85-86, 01-05.05.1999.
3. Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации от 30.04.1999 N 81-ФЗ (ред. от 23.04.2012) // «Российская газета», N 85-86, 01-05.05.1999.
4. Алексеев С.С. Гражданское право (учебник), М., 2011г. С. 276-290.
5. Егизаров В.А. «Транспортное право: учебник», М., 2008г. С. 85-101.
6. Сиваков О.В., Новосильцев А.Б. «Транспортное право: учебное пособие», М., 2000г. С. 6-9.

*Пермяков Д.Д.  
студент 2 курса  
факультета правового и социально-педагогического образования  
Научный руководитель: Ларионова М.А.,  
ассистент каф. правовых дисциплин  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Права человека в условиях военного конфликта: международно-правовое регулирование**

Английский философ Джон Локк – первый человек, кто сформулировал и философски обосновал саму идею прав человека. Эти права он называл естественными, так как считал, что, соответствуя нашему естеству, нашей природе, они во многом определяют наши устремления. Эти же права он называл и неотъемлемыми, поскольку являясь частью человеческой природы, они не могут быть ни дарованы, ни отняты. Эту мысль Локка блестяще продолжил один из основателей США Александр Гамильтон, сказавший однажды: «Священные права человечества написаны лучом солнца, рукой Господа на всех людях и никогда не будут стерты или искажены никакой земной властью». Но, увы, история человечества говорит о том, что далеко не все люди и не всякая власть разделяли и разделяют эти убеждения.

Каждый, наверное, знает, что за всю историю человечества между людьми всегда происходили конфликты, когда эти конфликты затрагивали целые государства, то неизбежно начиналась война. По оценкам ученых-историков, за всю историю человечества произошло более 15 тысяч войн, в которых погибло до 3,5 миллиарда человек.[6; 117] Можно сказать, что история человечества – это целая череда войн и конфликтов, унесших жизни миллиардов людей. Причем велик процент мирных граждан, жизни которых унесли пожары войны, ведь именно простой народ страдает, когда воюют государства и целые народы.

Исходя из цифр, можно сказать, что война является нормальным явлением в отношениях между людьми. Война, даже в тех случаях, когда вызванное ею насилие каким-то образом ограничивается и регулируется, причиняет огромные страдания, поэтому люди должны прилагать все усилия к тому, чтобы не допускать ее превращения в кровавый хаос, в бойню без правил, где уничтожают всех без разбора. И именно для того, чтобы предотвратить, или по крайней мере уменьшить вакханалию, творимую на полях сражений, минимизировать человеческие страдания, необходимо сделать все возможное для защиты неотъемлемых прав человека в период вооруженных конфликтов.

Поскольку войны всегда велись между государствами, защита жертв этих войн относилась к области именно международного права. Поначалу речь шла о нормах обычного права. 1864 год был ознаменован началом кодификации, конкретизации и развития этих норм по инициативе Анри Дюнана и затем Международного Комитета Красного Креста, одним из основателей которого он являлся. В настоящее время основными источниками международного гуманитарного права являются четыре Женевские конвенции о защите жертв войны от 12 августа 1949 года и два дополнительных протокола к ним от 8 июня 1977.

«... следующие действия запрещаются и всегда и всюду будут запрещаться:

- посягательство на жизнь и физическую неприкосновенность, в частности всякие виды убийства, увечья, жестокое обращение, пытки и истязания;

- взятие заложников;

- посягательство на человеческое достоинство, в частности оскорбительное и унижающее обращение;

- осуждение и применение наказания без предварительного судебного решения, вынесенного надлежащим образом учрежденным судом, при наличии судебных гарантий, признанных необходимыми цивилизованными нациями

- раненых и больных будут подбирать, и им будет оказана помощь».[2]

Российская Федерация ратифицировала оба Дополнительных протокола в 1989 г.

Международное гуманитарное право признает две категории вооруженных конфликтов. В самом общем виде различительным признаком служит здесь государственная граница: война между двумя и большим числом государств считается международным вооруженным конфликтом, а вооруженные столкновения, происходящие в пределах территории одного государства, – немеждународными вооруженными конфликтами. Исключением является ситуация, когда народ восстает против колониального господства, осуществляя свое право на самоопределение – с принятием Дополнительного протокола I национально-освободительные войны стали считаться международными вооруженными конфликтами. Изучая нормы гуманитарного права, относящиеся к конфликтам этих двух типов, невольно обращаешь внимание на несопоставимость числа статей: Женевские конвенции 1949 года вместе с Дополнительными протоколами к ним 1977 года содержат только 30 положений по вооруженным конфликтам немеждународного характера и почти 500 статей по международным войнам.[1,2]

Нормы и принципы Международного гуманитарного права являются универсально признанными юридическими нормами, а не просто моральными или философскими взглядами или социальным обычаем. Юридическим результатом этих правил естественно является существование детального режима прав и обязанностей, навязываемых различным сторонам вооруженного конфликта. Лица, которые не соблюдают нормы Международного гуманитарного права, привлекаются к ответственности. Международное гуманитарное право должно пониматься и анализироваться как часть более широкой основы – норм и принципов, регулирующих координацию и сотрудничество между членами международного сообщества. [7; 7-8]

Защита прав человека в условиях вооруженных конфликтов международного и немеждународного характера обусловлена тем, чтобы все государства поняли, что необузданное насилие и смертоносное оружие причиняют во время военных конфликтов огромные страдания для всех людей, тем или иным образом оказавшимися втянутыми в боевые действия. Важнейшим принципом права вооруженных конфликтов является то, что лица из состава вооруженных сил обеих сторон, вышедшие из строя или непосредственно в силу разных причин, переставшие принимать участие в военных действиях, а также гражданское население, должны при всех обстоятельствах пользоваться гуманным обращением, включая уважение к их жизни, физическую и психическую неприкосновенность. [2]

В последнее столетие человечество испытало много потрясений, связанных с двумя мировыми войнами, испытанием ядерного оружия, вооруженных переворотах в множестве стран, и только после этого у людей возобладало стремление к миру, было создано несколько международных организаций, следящих за порядком в мире, были приняты

международные документы, закрепляющие права человека на международном уровне и защищающих их во время военных действий.

Назначение любой правовой нормы – это воздействие на поведение людей, и это воздействие имеет место даже в условиях вооруженного конфликта. И это фактически подтверждает необходимость развития и совершенствования специальных международных правовых норм, регулирующих общественные отношения, возникающие в условиях вооруженных конфликтов. Ведь только их применение всеми участниками подобных конфликтов позволит реально защитить права людей, ставших объектом насилия в этих условиях, причем как непосредственных участников вооруженного конфликта, по разным причинам переставших принимать участие в боевых действиях, так и непосредственно гражданского населения.

#### **Список использованных источников**

1. Дополнительный протокол II к Женевской конвенции от 12 августа 1949 г., посвященный защите жертв вооруженных конфликтов немеждународного характера от 8 июня 1977 г., 1125 U.N.T.S. (1979).
2. Женевские конвенции от 12 августа 1949 года и Дополнительные протоколы к ним. МККК, М., 1994 г.
3. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 2444 (XXIII) «О правах человека в период вооруженных конфликтов» от 19 декабря 1968 г.
4. Международное право. Ведение боевых действий. Сборник Гаагских конвенций и иных соглашений. – М.: Международный Комитет Красного Креста, 1995.
5. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций. Утверждена резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи ООН от 8 сентября 2000 г.
6. Лихтенштейн Е. «Слово о науке», «Знание», 1976 г. 304 с.
7. Григорьев А.Г. Международное право в период вооруженных конфликтов. М., 1992 г. 32 с.

*Собашикова К.  
студентка 2 курса,  
факультета правового и социально-педагогического образования  
Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Современные тенденции развития договора перевозки пассажиров и багажа**

В современных рыночных условиях правовое регулирование договорных обязательств, применяемых в области транспортной деятельности, имеет особое значение для Российской Федерации с ее обширной территорией и развитой транспортной сетью.

Отражением этого являются постоянно развивающееся транспортное законодательство и большое число споров, возникающих между транспортными организациями и их клиентурой, связанных с исполнением договоров перевозки. Актуальность выбранной темы определяется тем, что перевозка пассажиров занимает значительное место в деятельности транспортных организаций. Перевозкам посвящены глава 40 Гражданского Кодекса Российской Федерации [1], а так же транспортные уставы и кодексы. Транспортное законодательство довольно детально регулирует перевозки пассажиров.

Общие положения о перевозке приводятся в статье 784 главы 40 Гражданского Кодекса РФ, в которой сказано: «Перевозка грузов, пассажиров и багажа осуществляется на основании договора перевозки. Общие условия перевозки определяются транспортными уставами и кодексами, иными законами и издаваемыми в соответствии с ними правилами. Условия перевозки грузов, пассажиров и багажа отдельными видами транспорта, а так же ответственность сторон по этим перевозкам определяется соглашением сторон, если

настоящим Кодексом, транспортными уставами и кодексами, иными законами и издаваемыми в соответствии с ними правилами не предусмотрено иное».

Ученые при рассмотрении договора перевозки выделяют виды договора перевозки грузов в зависимости от вида транспорта. Соответственно выделяют договоры перевозки грузов железнодорожным, автомобильным, воздушным, морским и внутренневодным транспортом [3, с. 345].

Также традиционно в юридической литературе стало выделение перевозок грузов по видам сообщения: перевозки в местном (перевозки в пределах одной транспортной организации), прямом (перевозки грузов, в выполнении которых по единому транспортному документу принимают участие несколько организаций одного вида транспорта) и прямом смешанном сообщении (на основе одного транспортного документа груз перевозится несколькими транспортными организациями, относящимися к различным видам транспорта).

В соответствие со статьей 789 Гражданского Кодекса Российской Федерации перевозка, осуществляемая коммерческой организацией, признается перевозкой транспортом общего пользования, если из закона, иных правовых актов вытекает, что данная организация обязана осуществить перевозки грузов, пассажиров и багажа по обращению любого гражданина или юридического лица. Перечень организаций, обязанных осуществлять перевозки, признаваемые перевозками транспортом общего пользования, публикуется в установленном порядке. Договор перевозки транспортом общего пользования признается публичным договором (статья 426 ГК РФ).

Особое место в регулировании отношений, связанных с перевозкой, занимает договор перевозки пассажира (статья 786 ГК РФ). По такому договору перевозчик обязуется перевезти пассажира в пункт назначения, а в случае сдачи пассажирам багажа также доставить этот багаж в пункт назначения и выдать его управомоченному на получение багажа лицу; пассажир в свою очередь обязуется уплатить установленную плату за проезд, а при сдаче багажа – и за провоз багажа.

Рассмотрев отдельные виды договора перевозки, и определив их значение, можно сделать вывод о том, что все договоры можно считать в качестве отдельных видов договора перевозки, выделяемых по указанным выше классификационным признакам. В реальной жизни договор перевозки существует лишь в качестве отдельных его видов.

Тем более данное суждение подтверждается тем, что абстрактное понятие «договор перевозки» проявляет себя в определениях ряда конкретных отдельных видов договоров, которые содержатся в главе 40 действующего Гражданского кодекса Российской Федерации, составляющих определенную систему договоров перевозки, которые регулируют отношения, связанные с перевозкой грузов, пассажиров и багажа в современных условиях.

Договор перевозки пассажира является консенсуальным [4, с. 347]. Он заключен в момент выдачи пассажирского билета, которым и удостоверяется. В билете указываются все существенные условия договора, включая условия бесплатной перевозки детей и ручной клади пассажира. В части перевозки багажа договор носит реальный характер, поскольку оформляется багажной квитанцией при его сдаче перевозчику.

Перевозчик несет ответственность за просрочку исполнения обязательства [2]. Пункт 1 ст. 795 Гражданского Кодекса Российской Федерации предусматривает, что за задержку отправления пассажира или опоздание его прибытия в пункт назначения (за исключением перевозок в городском и пригородном сообщениях) перевозчик уплачивает штраф, если не докажет, что задержка или опоздание имели место вследствие непреодолимой силы, устранения неисправности транспортных средств, угрожающей жизни и здоровью пассажиров, или иных обстоятельств, не зависящих от перевозчика.

Ответственность перевозчика за несохранность багажа (ст. 796 ГК РФ), а также ручной клади основывается на принципе вины и ограничена их стоимостью. Различие состоит в том, что вина перевозчика в причинении вреда вещам, не сданным в багаж, должна быть

доказана. За такие вещи должен отвечать, прежде всего, пассажир, поскольку предполагается, что они находятся под его контролем [5, с. 42].

В случае причинения вреда жизни и здоровью пассажира ответственность перевозчика согласно ст. 800 Гражданского Кодекса Российской Федерации определяется по правилам гл. 59 (ст. 1064-1101 ГК РФ). Это означает, что причиненный вред возмещается перевозчиком в полном объеме (ст. 1064 ГК РФ) и перевозчик как владелец источника повышенной опасности отвечает за сохранность жизни и здоровья пассажира независимо от наличия вины (ст. 1079 ГК РФ).

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в последней ред. ФЗ от 23 июля 2013 года №308-ФЗ)// Собрание законодательства РФ.1996. №5. ст. 410.

2. Постановление Правительства РФ от 2 марта 2005 г. N 111 «Об утверждении Правил оказания услуг по перевозкам на железнодорожном транспорте пассажиров, а также грузов, багажа и грузобагажа для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» (с изм. и доп. от 14.12.2006 г., 14.05.2013 г.)//Российская газета. 2005. 18 марта. № 54

3. Гражданское право России. Часть вторая. Обязательственное право: Курс лекций. /Под ред. О.Н. Садикова. М.: Юристъ. 2010. – С.345.

4. Медведев Д.А., Смирнов В.Т. Гражданское право Ч.П.. Учебник. – М.: Статут, 2010. – С. 347

5. Савичев Г.П. Гражданское право Т.П.: Учебник. – М.: Юрист, 2009. – С. 42 – 43

*Собянина А.А.  
студентка 2 курса магистратуры юридического факультета  
Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.  
д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор  
Пермский государственный национальный исследовательский университет  
(г. Пермь)*

#### **Виды имущественной ответственности за нарушение патентных прав**

В то время как зарубежные патентные законы подробно регулируют вопрос ответственности за нарушение патентных прав, глава 72 Гражданского кодекса РФ [2] «Патентное право» в качестве защиты патентных прав закрепляет право патентообладателя требовать опубликования решения суда в официальном бюллетене федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности о неправомерном использовании изобретения, полезной модели, промышленного образца или об ином нарушении его прав.

Исходя из этого, возникает вопрос о возможности применения имущественной ответственности к нарушителю прав.

Патентный закон РФ от 23 сентября 1992 [7] года в статье 14 («Нарушение патента») содержал перечень способов защиты прав патентообладателя, согласно которой патентообладатель был вправе требовать:

- прекращения нарушения патента;
- возмещения лицом, виновным в нарушении патента, причиненных убытков в соответствии с гражданским законодательством;
- публикации решения суда в целях защиты своей деловой репутации;
- осуществления иных способов защиты прав в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

Наряду с этим статья 32 («Ответственность за нарушение настоящего Закона») указывала на возможность применения административной или уголовной ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В настоящее время законодатель изменил расположение норм, регулирующих ответственность за нарушение патентных прав, однако сохранил деление ответственности на гражданско-правовую, административную и уголовную.

Все санкции за гражданские правонарушения принято разделять на две группы: меры ответственности и меры защиты [4].

Гражданско-правовая ответственность за нарушение прав патентообладателей, являясь институтом гражданского права, входит в сферу частного права. [1].

Меры гражданско-правовой ответственности могут носить либо штрафной либо компенсационный характер. К штрафным мерам ответственности следует отнести уплату неустойки; уплату процентов за пользование чужими денежными средствами; потерю задатка; уплату задатка в двойном размере; одностороннюю реституцию и недопущение реституции; изъятие и уничтожение за счет нарушителя оборудования, прочих устройств и материалов, используемых или предназначенных для совершения нарушения исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности; изъятие из оборота и уничтожение за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение; компенсационный характер носят такие меры ответственности, как компенсация морального вреда, возмещение убытков (вреда); уплата компенсации вместо возмещения убытков за нарушения исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности [4].

Следует рассмотреть указанные виды гражданско-правовой ответственности применительно к патентному праву.

Статья 1252 («Защита исключительных прав») Гражданского кодекса РФ, являясь общей по отношению ко всем интеллектуальным правам, содержит перечень способов защиты обладателей исключительных прав. Согласно ему правообладатель, во-первых, имеет право в случаях, установленных законом, по своему выбору требовать от нарушителя одно из двух:

- возмещение убытков – к лицу, неправомерно использовавшему результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без заключения соглашения с правообладателем (бездоговорное использование) либо иным образом нарушившему его исключительное право и причинившему ему ущерб (подпункт 3 пункта 1);

- выплаты компенсации за нарушение права (пункт 3).

Однако такой выбор не относится к обладателям патентных прав, так как согласно разъяснению ВАС РФ и Верхового Суда РФ, патентообладатель не может защищать свои права путем заявления требования о взыскании компенсации [5]. Применение пункта 3 статьи 1252 Гражданского кодекса РФ возможно лишь по инициативе суда при разрешении споров о компенсациях как виде вознаграждения в таких случаях как: использование изобретения, полезной модели или промышленного образца при чрезвычайных обстоятельствах, в интересах обороны и безопасности без согласия патентообладателя и др. Думается, что применение компенсации в качестве вознаграждения не может быть расценено как мера ответственности, так как отсутствует само нарушение норм права. В данном случае речь идет мере защиты прав патентообладателей.

Во-вторых, правообладатель вправе предъявить требование об изъятии материального носителя – к его изготовителю, импортеру, хранителю, перевозчику, продавцу, иному распространителю, недобросовестному приобретателю. По решению суда такие материальные носители подлежат изъятию и уничтожению за счет нарушителя.

Таким образом, к гражданско-правовой ответственности за нарушение патента, носящей имущественный характер, относится возмещение ущерба и изъятие материального

носителя. Возмещение ущерба носит компенсационный характер, а изъятие материального носителя, соответственно, штрафной.

Как было упомянуто выше, за нарушение патентных прав кроме мер гражданско-правовой ответственности к правонарушителям могут быть применены меры административной или уголовной ответственности.

Административная и уголовная ответственность за нарушение патентных прав входит в сферу публичного права. Думается, что именно по этой причине Гражданский кодекс РФ не содержит ссылки на указанные виды ответственности.

В большинстве зарубежных правовых порядков ответственность за нарушение патента носит гражданско-правовой и уголовный характер, при этом акцент делается на гражданско-правовую ответственность. Очевидно, что применение административной ответственности к нарушителям патентных прав является спецификой российского патентного законодательства.

Административная ответственность за нарушение патентных прав регламентируется частью 2 ст. 7.12 Кодекса РФ об административных правонарушениях [3]. Указанная статья устанавливает штрафные санкции в размере от 1500 рублей до 2000 рублей для граждан; – от 10 000 до 20 000 рублей – для должностных лиц; от 30 000 до 40 000 рублей – для юридических лиц за совершение следующих действий:

1. Незаконное использование изобретения, полезной модели либо промышленного образца;
2. Разглашение без согласия автора или заявителя сущности изобретения, полезной модели либо промышленного образца до официального опубликования сведений о них;
3. Присвоение авторства или принуждение к соавторству.

В юридической литературе отмечается неэффективность данного вида ответственности вследствие сложности доказывания фактов нарушения патента. По мнению В. И. Еременко, законодатель, установив административную ответственность за нарушение патента, в очередной раз принял пустые декларации [1].

Меры уголовной ответственности за нарушение патентных прав закреплены в статье 147 Уголовного кодекса РФ [2] ("Нарушение изобретательских и патентных прав"). За преступление в сфере патентного права установлены санкции в виде штрафа, обязательных работ и лишения свободы. Следует подробнее рассмотреть деяние, за которое лицо может быть привлечено к уголовной ответственности.

Деяния, составляющие объективную сторону преступления, схожи с деяниями, за которые лицо привлекается к административной ответственности. Однако отличие от состава административного правонарушения заключается в том, что уголовная ответственность наступает лишь в случае, когда упомянутые выше деяния причинили крупный ущерб.

Следует обратить внимание на то, что законодатель не раскрывает понятие «крупный ущерб» либо его пределы. Верховный Суд РФ в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ «О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских, смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака» разъясняет, что при установлении крупного ущерба суд должны исходить из обстоятельств каждого конкретного дела, например из размера доходов, полученных лицом в результате нарушения им прав на результаты интеллектуальной деятельности, наличия и размера реального ущерба, размера упущенной выгоды [6].

Часть 2 статьи 147 УК РФ предусматривает сложный состав преступления, выделяя такие квалифицирующие признаки, как совершение деяния группой лиц по предварительному сговору и совершение преступления организованной группой.

За совершение преступления, предусмотренного частью 1 статьи 147 законодатель установил следующие санкции: штраф в размере до 200 000 рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 18 месяцев, либо обязательные работы на срок до 480 часов, либо исправительные работы на срок до двух лет, либо принудительные работы до двух лет, либо лишение свободы на тот же срок.

Часть 2 указанной статьи устанавливает санкции в виде штрафа в размере от 100 000 до 300 000 рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет, либо принудительных работ на срок до пяти лет, либо ареста на срок до шести месяцев, либо лишения свободы на срок до пяти лет.

Таким образом, наряду с такими видами уголовной ответственности как лишение свободы и принудительные работы уголовный кодекс предусматривает имущественную ответственность за преступления в сфере патентного права.

Резюмируя вышеизложенное, следует сделать вывод, что в России в отличие от многих развитых стран существует три вида имущественной ответственности за нарушение патентных прав: гражданско-правовая, которая представлена в виде возмещения убытков патентообладателю и/или изъятия материального носителя; административная ответственность, в виде штрафа в размере до 40 000 рублей и уголовная ответственность, которая наступает при наличии крупного ущерба, в виде штрафа в размере до 300 000 рублей.

#### **Список используемых источников**

1. Еременко В. И. Об ответственности за нарушение патента в Российской Федерации // Адвокат. 2012. № 4. С. 5 – 15.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): федер. закон от 18.12.2006 N 230-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. N 52 (1 ч.), ст. 5496.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: федер. закон от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2002. N 1 (ч. 1), ст. 1.
4. Кузнецова О. А. Применение мер гражданско-правовой ответственности // Вестник Пермского университета: Юридические науки. 2012. № 3. С. 97 – 103.
5. О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации: Постановление Пленума Верховного Суда РФ N 5, Пленума ВАС РФ N 29 от 26.03.2009 // Российская газета. 2009. N 70.
6. О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских, смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 26.04.2007 N 14 // Российская газета. 2007. N 95.
7. Патентный закон Российской Федерации: закон Рос. Федерации от 23.09.1992 N 3517-1 // Российская газета. 1992. N 225.
8. Уголовный кодекс Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1996. N 25, ст. 2954.

*Соколова-Чечелева А.В.  
студентка 6 курса юридического факультета  
Научный руководитель: Телегин А.С., канд. юрид. наук,  
профессор каф. государственно-правовых дисциплин  
Западно-Уральский институт экономики и права  
(г. Пермь)*

#### **Взаимодействие органов исполнительной власти и общественных объединений на примере Пермского края**

Актуальность данной темы состоит в том, что общественные объединения в России – явление относительно новое. До 90-х годов прошлого века господствовала идеология, предполагающая правление одной партии. Появившееся в Конституции 1977 г. право на объединение не было четко регламентировано и на практике оказалось неосуществимо. В настоящее же время созданы условия для образования и функционирования общественных объединений. Право на объединение закреплено в Конституции РФ от 12.12.1993,



существует специальный Федеральный Закон «Об общественных объединениях» от 19.05.1995 № 82-ФЗ. В связи с этим исследователи – правоведы, социологи, политологи – обращают всё большее внимание на изучение проблем, связанных с деятельностью общественных организаций [4,5,6,7].

В настоящее время в России зарегистрировано 108 736 различных общественных объединений. В том числе: благотворительные организации – 1619, общественные движения – 1739, общественные фонды – 5737, общественные учреждения – 763, органы общественной самодеятельности – 172, профессиональные союзы – 35792, национально-культурные автономии – 932, политические партии – 71, благотворительные фонды – 5704, филиалы и представительства международных организаций, иностранных некоммерческих неправительственных организаций – 240 [10].

Для осуществления их деятельности необходимо взаимодействие с органами исполнительной власти, основной целью которого является посредничество по обеспечению и защите прав и свобод граждан, их интересов и инициатив. Кроме того, общественные объединения способствуют децентрализации публичной власти, ослаблению авторитарных тенденций в государственном управлении.

Общественное объединение представляет собой добровольное, самоуправляемое, некоммерческое образование, созданное по инициативе граждан, объединившихся на основании общности интересов для реализации целей, указанных в уставе. Допускается объединение как физических, так и юридических лиц.

Основной целью взаимодействия органов исполнительной власти и общественных объединений является посредничество по обеспечению и защите прав и свобод граждан, их интересов и инициатив. При таком взаимодействии создаются социально-экономические, правовые условия для свободного развития личности; реализуются демократические принципы участия граждан в управлении государственными делами; обеспечиваются законность, гласность, доступность, публичность при решении общественно значимых вопросов; осуществляется общественный контроль за публичной властью; снижается напряженность в обществе. Общественные объединения способствуют децентрализации публичной власти, ослаблению авторитарных тенденций в государственном управлении.

Интересы общества представляют Общественная палата Российской Федерации и общественные палаты субъектов. Они обеспечивают привлечение граждан и общественных объединений к реализации государственной политики; поддержку гражданских инициатив; проведение общественной экспертизы проектов нормативных правовых актов; осуществление общественного контроля за деятельностью Правительства РФ, федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, соблюдение свободы слова в средствах массовой информации; оказание поддержки общественным палатам субъектов РФ; осуществление международного сотрудничества.

В Пермском крае взаимодействие с общественными объединениями от лица органов исполнительной власти осуществляет департамент гражданских и специальных программ (далее департамент) Администрации губернатора Пермского края.

В рамках данного взаимодействия департамент выполняет следующие функции: разрабатывает и внедряет механизмы раскрытия информации о деятельности государственных органов, проведения общественной экспертизы социально значимых решений; обеспечивает взаимодействие губернатора края с общественными организациями и их ассоциациями; организует проведение краевых конкурсов и грантов по реализации гражданских инициатив; организует деятельность Общественной палаты Пермского края по вопросам взаимодействия общественных организаций и органов государственной власти.

Администрация губернатора Пермского края успешно реализует многие проекты. В частности, ежегодно проводится «Краевой конкурс гражданских и общественных инициатив». Его основная цель – содействие развитию институтов гражданского общества и об-

щественных инициатив и формирование положительного имиджа Пермского края. В 2013 году были представлены конкурсные номинации: формирование гражданского общества через укрепление общественного партнерства; поддержка альянсов некоммерческих организаций; содействие культурному самовыражению национальных (этнических) групп; гражданский контроль; развитие толерантности и межнационального сотрудничества и др.

По итогам конкурса в каждой номинации были выявлены победители, всего двадцать пять объединений. Победителям были выделены гранты из призового фонда на реализацию заявленных проектов [8].

Для поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций администрацией губернатора проводится субсидирование по таким направлениям, как, например, профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства; повышение качества жизни людей пожилого возраста; профилактика социально опасных форм поведения и др.

Департамент общественных связей Администрации губернатора Пермского края взаимодействует в различных формах с молодёжными движениями Пермского края, с общественными организациями инвалидов, с краевым советом женщин, краевым, районными советами ветеранов войны, труда, Вооруженных сил и правоохранительных органов. Это взаимодействие осуществляется, в частности, в рамках реализации соглашений об оказании государственных услуг «Поддержка базовых гражданских ценностей населения Пермского края», «Поддержка патриотических ценностей населения Пермского края» [3].

В сфере отношений органов государственной власти и общественных объединений существуют определенные проблемы.

Органам исполнительной власти удобно сотрудничать с крупными общественными объединениями, тогда как малочисленные объединения, зачастую, игнорируются.

В настоящее время одной из проблем является низкий уровень информированности граждан об общественных объединениях. На заседании социально-консервативного клуба Всероссийской политической партии «Единая Россия» были представлены данные социологического опроса населения на предмет осведомленности о деятельности некоммерческих организаций. Многие соотносят это понятие с государственными и муниципальными структурами (24%). Некоторые считают, что это незарегистрированная либо криминальная организация. Конкретные примеры организаций (церковь, дачный кооператив, профсоюзы, благотворительные фонды, партии) назвали 9% опрошенных. Большинство (56%) затруднились сказать, есть или нет польза от деятельности этих организаций, и насколько она велика [9].

Для повышения эффективности деятельности общественных объединений и их взаимодействия с органами исполнительной власти можно внести следующие предложения:

- информирование общественности о деятельности общественных объединений для привлечения волонтеров и спонсоров;
- обязательность внесения изменений в проект нормативного акта в случае соответствующего заключения Общественной палаты РФ;
- разумная пропаганда гражданской инициативы;
- профессиональная подготовка кадров, осуществляющих руководство объединениям;
- финансирование программ общественных объединений;
- реализация совместных программ администрацией и объединениями;
- для успешного проведения мероприятий различной направленности – согласование действий каждого звена, участвующего в организации мероприятия;
- субсидирование издержек: оплата коммунальных платежей, налогов, предоставление помещений, находящихся в государственной собственности;
- гражданское образование и просвещение по вопросам деятельности общественных объединений.

## **Список использованных источников**

### ***Нормативно-правовые документы***

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ) // Российская газета. – 21.01.2009. – № 7.
2. Федеральный Закон «Об общественных объединениях» от 19.05.1995 № 82-ФЗ (в ред. от 28.12.2013) // Российская газета. – 25.05.1995. – N 100.
3. Постановление Правительства Пермского края от 22.08.2011 N 579-п (ред. от 08.11.2012) «Об утверждении Порядка определения объема и предоставления из бюджета Пермского края субсидий некоммерческим организациям, не являющимся бюджетными либо автономными учреждениями, на оказание государственных услуг "Поддержка патриотических ценностей населения Пермского края" и "Поддержка базовых гражданских ценностей населения Пермского края"» // Бюллетень законов Пермского края, правовых актов губернатора Пермского края, Правительства Пермского края, исполнительных органов государственной власти Пермского края". – 29.08.2011. – N. 34.

### ***Монографическая литература***

4. Чулюкова С.А. Общественные организации (объединения) и их роль в становлении гражданского общества. – М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2012.

### ***Периодические издания***

5. Карташов, В.Н. Гражданское общество как система (социально-правовой аспект) // Вестник Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова. – 2009. – №1. – С. 37-43.
6. Шинелева, Л.Т. Общественные неправительственные организации и власть / М.: ИТК «Дашков и К», 2002. – 131 с.

### ***Электронные ресурсы***

7. Абакумов, С.А. Гражданское общество и государство в России: реалии и перспективы развития и взаимодействия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nogo.ru/articles/abak5.doc>.
8. Администрация губернатора Пермского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.admin.permkrai.ru/social/public>.
9. Некоммерческие организации: осведомленность и отношение // База данных ФОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/cat/notcomm/d074324>.
10. Российский статистический ежегодник – 2012 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b12\\_13/IssWWW.exe/Stg/d1/02-12.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/IssWWW.exe/Stg/d1/02-12.htm).

*Сурхаев А.Д.*  
*курсант 2 курса юридического факультета*  
*Научный руководитель: Брылёва Е.А., канд. юрид. наук,*  
*ст. преподаватель каф. государственно-правовых дисциплин*  
*Пермского института ФСИН России*  
*(г. Пермь)*

## **Правовые аспекты, касающиеся взыскания на имущество юридических лиц по гражданским делам**

Эффективность всего механизма правового регулирования взаимосвязана со своевременным исполнением судебных решений. Но на практике случаются такие моменты, что судебные приставы – исполнители проявляют бездействие в отношении исполнения судебных решений. Следствием этого являются:

- нарушение прав взыскателей;
- снижение авторитета и эффективности деятельности органов судебной власти, т.к. не реализованное судебное решение реальной юридической силы не имеет.

Указанная ситуация побуждает взыскателей к использованию не правовых способов возвращения долгов, что вероятно приводит к совершению преступлений.

Особенности обращения взыскания на имущество юридических лиц определяются видом юридического лица, который влияет на степень его имущественной ответственности, и наличием установленной законом определенной последовательности совершения исполнительных действий в отношении юридического лица[4, с. 169-178].

В Гражданском кодексе указан такой принцип, принцип полной имущественной ответственности юридического лица, за исключением финансируемых собственником учреждений[1].

Обращение взыскания на имущество юридического лица начинается с обращения взыскания на его денежные средства в рублях и иностранной валюте, находящихся на расчетных счетах организации-должника в банках и иных кредитных организациях, а также в сейфах-ячейках или хранилищах, арендуемых должниками в банках.

Какова ситуация, при отсутствии у юридического лица (организации)-должника денежных средств? В этом случае взыскание обращается на иное имущество, принадлежащее ему на праве собственности, а также на праве хозяйственного ведения или праве оперативного управления (за исключением имущества, изъятого из оборота, либо ограничиваемого в обороте), независимо от того, где и в чем фактическом пользовании оно находится.

В ФЗ «Об исполнительном производстве» устанавливается очередность ареста имущества юридического лица – должника. Целью данного процесса является сохранение за юридическим лицом возможности осуществления своих трудовых целей, которые указаны в различных локальных актах ( устав и т.д.). Из этого следует, что в последнюю очередь взыскание будет обращаться в отношении основных средств, оборудования и других материалов, благодаря которым предприятие достигает целей, которые указаны в уставе данного предприятия[2].

Также ФЗ «Об исполнительном производстве» предусматривает наложение ареста на дебиторскую задолженность. То есть арест на обязательства третьих лиц, в отношении юридического лица-должника, как кредитора.

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 23 апреля 1999г. № 459 «О реализации конфискованного и арестованного имущества» субъектом оценки и реализации арестованного имущества может выступать Федеральный долговой центр при Правительстве РФ[3]. Оценка дебиторской задолженности производится в соответствии с Федеральным законом «Об оценочной деятельности в Российской Федерации». Очевидно, что дебиторская задолженность представляет собой не совсем обычное имущество. Рынок дебиторской задолженности как таковой отсутствует ввиду того, что цена дебиторской задолженности – величина не статичная, размер ее зависит от множества факторов. Следовательно, специалисту, осуществляемому рыночную стоимость арестованной дебиторской задолженности, кроме перечня арестованных документов, подтверждающих дебиторскую задолженность необходимы полные реквизиты, копии бухгалтерского баланса на последний отчетный период как должника так и дебитора и иные сведения, имеющие отношение к арестованной дебиторской задолженности. Как правило, хоть должники и заинтересованы в том, чтобы взыскание было обращено именно на дебиторскую задолженность, однако судебному приставу-исполнителю вышеперечисленные документы не предоставляют, поясняя это тем, что дебиторы отказываются признавать долги, в связи, с чем не подписывают акты сверок. Также имеют место быть случаи, когда должники длительное время не располагают никакими сведениями о дебиторах, а по прежнему месту нахождения их не существует.

Следовательно, для повышения эффективности работы подразделений по исполнению судебных решений имущественного характера необходимо повысить процент реального взыскания по исполнительным документам, сократить количество возвращенных без ис-

полнения исполнительных производств, не ухудшая процессуальных сроков и добиваясь реального исполнения.

С целью дальнейшего совершенствования законодательства об исполнительном производстве, исключающего возникновение проблем конфликтного характера целесообразно и необходимо принятие единого кодифицированного акта Исполнительного кодекса РФ (ИК РФ), детально регулирующего принудительное исполнение актов федеральных судов, судов субъектов Российской Федерации и третейских судов, уровень решаемых проблем требуют разработки акта, который по объему и масштабу может быть только кодексом.

При своевременном, полном, правильном и объективном применении мер принудительного исполнения судебных решений, наличии исчерпывающей информации об имущественном положении должника, его месте нахождения и других существенных факторах, возможности исполнения существенно повышаются, существенно сокращаются сроки исполнения. Залогом своевременности, полноты и правильности исполнения решений судов, соблюдения прав и законных интересов сторон исполнительного производства является профессиональный и всесторонний подход к исполнительному производству.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013)// «Собрание законодательства РФ».05.12.1994. N 32. ст. 3301.
2. Федеральный закон от 02.10.2007 N 229-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об исполнительном производстве»// «Парламентская газета». N 131. 10.10.2007.
3. Постановление Правительства РФ от 23.04.1999 N 459 (ред. от 19.04.2002) «О реализации конфискованного и арестованного имущества»
4. Валеев, Д.Х. Исполнительное производство в системе права Российской Федерации /Д.Х. Валеев. // Правоведение. –2001. – № 5. – С. 169 – 178.

*Тютин С.В.  
студентка 4 курса  
факультета правового и социально-педагогического образования  
Научный руководитель: Ларионова М.А.  
ассистент кафедры правовых дисциплин  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет  
(г. Пермь)*

#### **Право человека на достоверную информацию об окружающей среде в Российской Федерации**

Экологическая информация – это информация о состоянии окружающей среды и природных ресурсов, об источниках загрязнения окружающей среды и природных ресурсов или иного вредного воздействия на окружающую среду и природные ресурсы, о радиационной обстановке[1,89].

О.Л. Дубовик приводит определение «экологическая информация», содержащееся в законе «Об охране окружающей среды», принятого Советом Европы в 1994 году: экологической признается существующая в письменной, визуальной, устной форме или в базе данных информация о состоянии воды, воздуха, почвы, фауны, флоры, земли и отдельных природных участков; о деятельности, связанной с вредными воздействиями, или о мерах, вредно влияющих или могущих влиять на эти объекты; о видах деятельности или мерах, направленных на их охрану, включая административные меры и программы управления охраной окружающей среды[2].

Право на экологическую информацию порождает ряд правоотношений. Их можно условно разбить на две группы – правоотношения по требованию получения экологиче-

ской информации и правоотношения по предоставлению экологической информации. Участниками правоотношений являются граждане (общественные организации), органы государственной власти и местного самоуправления. В Федеральном законе «Об отходах производства и потребления» одним из принципов государственной политики в области обращения с отходами называется доступ в соответствии с законодательством к информации в области обращения с отходами. Одним из принципов закона «Об охране окружающей среды» является соблюдение права каждого на получение достоверной информации о состоянии окружающей среды. Он нашел свое отражение в ряде статей (ст. 5, 6, 63).

Конституция РФ не только в наиболее общем виде провозгласила право граждан свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом (ст. 29), но и закрепила положение о том, что каждый гражданин имеет право на достоверную информацию о состоянии окружающей среды (ст. 42).

Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» определяя основные направления государственной политики в сфере информатизации, называет создание условий для качественного и эффективного информационного обеспечения граждан на основе государственных информационных ресурсов.

Закон закрепляет гарантии равных прав граждан на доступ к информационным ресурсам государства, при отсутствии обязанности обосновывать перед владельцем этих ресурсов необходимость получения запрашиваемой ими информации.

Следует сказать, что данный Закон является одним из основополагающих в регулировании экологической информации. И в соответствии с мнениями некоторых специалистов является самодостаточным для регламентации отношений в этой сфере. Однако, необходимо при этом отметить, что Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» является общим и безотносительным к какому-либо виду информации. Он содержит в себе лишь классификацию её, исходя из статуса собственника того или иного информационного ресурса. А если бы в Законе было бы предусмотрено деление информации на виды в зависимости от содержания и характера, то в таком случае, включив туда определение экологической информации, можно было бы решить проблему с легальной трактовкой этого понятия. Однако в ситуации, имеющей место в действительности подобную норму добавлять в Закон нельзя, так как это испортит конструкцию и нарушит концепцию нормативного правового акта. Поэтому, исходя из представленных соображений, упомянутый Закон можно назвать не вполне самодостаточным для регулирования экологической информации[3,51-52].

Существует ряд других законов федерального уровня, в которых закреплено право граждан на достоверную информацию об окружающей среде и обязанность властных структур предоставлять соответствующие сведения. Например, закон РФ от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» и другие.

Поскольку Конституция РФ предусматривает совместное ведение Российской Федерации и ее субъектов в части законодательства об охране окружающей среды, подобные законы принимаются и субъектами. В качестве примера можно привести один из законов Оренбургской области. В частности, ст. 15 закона Оренбургской области от 13 ноября 1997 года № 171/46-ОЗ «Об общих принципах информационного обеспечения в Оренбургской области» среди задач информационного обеспечения органов государственной власти выделяет обеспечение информационных потребностей населения, включая информацию о природных ресурсах, их использовании, о состоянии экологической и санитарной обстановки [3,55-56].

А.А. Попов, исследуя содержательный аспект правоотношений по поводу обеспечения доступа к экологической информации, обосновал вывод о том, что комплекс прав граждан на получение полной, своевременной и достоверной экологической информации согласно нормам закона «Об охране окружающей среды» не в полном объеме корреспондирует с обязанностями органов государственной власти в ее предоставлении. Эти права,

по мнению автора, должны полностью соответствовать обязанностям, а не «полномочиям» органов государственной власти по обеспечению населения достоверной информацией о состоянии окружающей среды на соответствующей территории. В литературе высказывается обоснованное мнение об отсутствии четкого механизма функционирования системы государственных органов, распоряжающихся экологической информацией [3, 45].

Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливает возможность обжаловать в суде отказ в доступе к открытой информации, предоставление заведомо недостоверной информации, а также отнесение информации к категории информации с ограниченным доступом. Закон также предусматривает право на возмещение ущерба, нанесенного этими действиями (ст.24). Руководители, другие служащие органов государственной власти, организаций, виновные в незаконном ограничении доступа к информации несут ответственность в соответствии с уголовным, гражданским законодательством и законодательством об административных правонарушениях.

В целом, из перечисленного следует, что гражданин, обращаясь за информацией, реализует свое конституционное право, а на органы власти, предприятия и других субъектов возложена обязанность предоставлять такую информацию (кроме информации с ограниченным доступом).

#### **Список используемых источников**

1. Боголюбов С.А., Экологическое право: учебник , 2-е изд., перераб. и доп., Издательство Юрайт. – М., 2011, 482 с.
2. Дубовик О.Л., Экологическое право: учебник, ТК «Велби», Проспект, 2003, 584 с
3. Кутузов В.И., Попов А.А., Оренбургское отделение Межрегиональной общественной организации в поддержку Программы ЮНЕСКО «Информация для всех», Оренбургский государственный университет, 2004, 194 с.
4. Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2014)
5. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.02.2014)
6. Закон РФ от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 02.07.2013)

*Халиков М.Р.  
мл. лейтенант внутренней службы, курсант 4 курса  
Пермский институт ФСИН России  
(г. Пермь)*

#### **Проблемы реализации конституционных прав**

Решение спорных вопросов, касающихся реализации конституционных прав граждан имеют большое значение для нашей современности, в особенности это касается разделения полномочий между государственными органами и органами местного самоуправления. Хотелось бы обратить особое внимание на полномочия органов местного самоуправления, закреплённые в главе 8 Конституции РФ. В частности нас интересует статья 132 Конституции РФ, которая содержит нормы, до нынешнего времени не реализованные. Статья предполагает освещение вопроса связанного с осуществлением охраны общественного порядка в муниципальных образованиях с прямым подчинением местному населению. В настоящий момент одной из альтернатив местной милиции являются казачьи войска. Казачье общество – форма самоорганизации граждан Российской Федерации, объединившихся на основе общности интересов в целях возрождения российского казачества, защиты его прав, сохранения традиционных образа жизни, хозяйствования и культуры российского казачества в соответствии с федеральным

законодательством (некоммерческая организация) [6]. Следует учесть, что не везде существует реестровое казачество и его применение связано с проведением занятий по правовой грамотности и соответствующей экипировкой, что говорит о затратности.

Таким образом, они могут выступать в качестве муниципальной милиции в отдельных муниципальных образованиях. Это прослеживается и в п.8, ч.1, ст.15 и п.9, ч.1 ст.16 Федерального закона 131-ФЗ[4]. Их финансирование предлагается осуществлять за счёт средств местных бюджетов муниципальных образований, но большинство из них являются донорами и по этой причине возникает резонный вопрос.

Главной проблемой является сам процесс осуществления самостоятельной охраны общественного порядка муниципальными образованиями. В настоящее время охрана общественного порядка обеспечивается в основном за счет сил федеральной полиции[2]. Если обратить внимание на историю развития вопроса, то увидим, что нормативно правовой акт о местном самоуправлении был издан 1995 году. В нем идет речь о создании муниципальной милиции, но как мы видим, отсутствуют нормативно правовые акты, которые бы говорили о её статусе. В связи с тем, что усилилась ответственность местных властей за соблюдение законности и правопорядка на своей территории, необходимо предпринять действия, направленные на решение данной проблемы. В связи с этим встает дилемма: либо создать институт муниципальной милиции на соответствующей правовой и материальной платформе, либо отказаться от данной формы обеспечения охраны общественного порядка в муниципальных образованиях. Нам следует обратить внимание на проект Федерального закона N 634752-5 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», где мы увидим, что в целях организации охраны общественного порядка муниципальная милиция по своей правовой природе должна быть наделена административно-властными полномочиями, в том числе ограничивающими права и свободы граждан в целях защиты прав и свобод других граждан и охраняемых законом интересов общества.

Согласно части 3 статьи 55 Конституции Российской Федерации права и свободы человека и гражданина могут быть ограничены только федеральным законом[2], что в очередной раз говорит об отсутствии правовой базы для решения вопроса.

Таким образом, наделение органов государственной власти субъекта Российской Федерации полномочием по принятию нормативного правового акта, устанавливающего порядок организации и деятельности муниципальной милиции, представляется просто невозможным[3]. Тем самым мы опять сталкиваемся с трудностями реализации положений Конституции РФ.

Но выход можно найти, так, если обратиться к пояснительной записке к проекту федерального закона «О внесении изменений в федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» в связи с вступлением в силу Федерального закона от 07.02.2011 № 3-ФЗ «О полиции», где сказано, что охрана общественного порядка и обеспечение общественной безопасности возложены на полицию. При этом, как показывает практика, патрулирование на местах осуществляется, в том числе и народными дружинниками[5].

В последние годы в стране действовало 36 тыс. объединений, состоящих порядка из 400 тыс. человек, и ежегодно около 40 тыс. преступлений раскрывается с помощью народных дружинников. В связи с этим возникает необходимость сформировать правовую основу для деятельности так называемых «помощников» полиции, а точнее муниципальной милиции[4].

Согласно проекту выше обозначенного Федерального закона № 634752-5, муниципальная милиция не получит таких прав, как федеральная полиция, например, на ношение оружия, входение в жилище, конвоирование преступников и других, чтобы не дублировать полицию, однако будет пользоваться большими полномочиями, нежели существующие во многих регионах добровольные народные дружины.



Решение обозначенной проблемы кроется в Федеральном законе №2487-1 от 11 марта 1992 года «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации». Частная охранная организация (далее также – охранный организация) – организация, специально учрежденная для оказания охранных услуг, зарегистрированная в установленном законом порядке и имеющая лицензию на осуществление частной охранной деятельности[1]. Для решения существующей проблемы необходимо, чтобы органы местного самоуправления нанимали частные охранные предприятия для поддержания правопорядка на территории того или иного органа местного самоуправления.

В связи с этим, нужно внести соответствующие изменения в выше обозначенный Федеральный закон, для того, чтобы сотрудники имели бы право применять огнестрельное оружие и специальные средства в рамках охраны общественного порядка в муниципальном образовании[1]. Финансирование данного вида охраны правопорядка предлагается осуществлять за счёт средств собранных с граждан, а так же с оказанием финансовой помощи из средств федерального бюджета, согласно статьи 6 Федерального закона Российской Федерации от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Возможно, решение кроется и в зарубежном опыте. Так в США, в небольших округах в юрисдикцию шерифа входит территория округа, или в крупных округах – часть территории, где не действует муниципальная полиция. В большинстве штатов должность шерифа – выборная, срок полномочий может составлять от двух до четырёх лет. Шериф может быть досрочно отстранён от должности в случае совершения им аморального поступка или должностного преступления. Исходя, из всего вышесказанного можно сделать вывод что, в полномочия шерифов входит охрана общественного порядка, т.е. где нет, муниципальной полиции то его обязанности выполняет шериф[7].

На сегодняшний день обозначенная проблема является актуальной, ввиду её неразрешённости как на федеральном, так и на местном уровне. С каждым годом всё острее встаёт вопрос о муниципальной полиции, функции которой наиболее полно отвечали бы интересам населения конкретной территории. Как показывает практика, МВД ввиду её громоздкости и бюрократичности не всегда может обеспечить надлежащего соблюдения общественного порядка в конкретных муниципальных образованиях.

#### **Список использованных источников**

1. Закон РФ от 11.03.1992 N 2487-1 (ред. от 02.07.2013) «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» // Российская газета, № 100, 30.04.1992;
2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ) // Парламентская газета, № 4, 23-29.01.2009;
3. Проект Федерального закона № 634752-5 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред., внесенная в ГД ФС РФ).
4. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.01.2014) // Российская газета, № 202, 08.10.2003;
5. Федеральный закон от 07.02.2011 № 3-ФЗ (ред. от 03.02.2014) «О полиции» // Российская газета, № 28, 10.02.2011;
6. Федеральный закон от 05.12.2005 № 154-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственной службе российского казачества» // Российская газета, № 276, 08.12.2005;
7. <http://socialskydivelab.com/zvaniya-v-policii-ssha>

### **Гражданско-правовое законодательство регулирующее договор займа**

По общему представлению заем – это получение от займодавца денег или вещей в собственность заемщика на условиях возврата. Так, по договору займа одна сторона (займодавец) передает в собственность другой стороне (заемщику) деньги или другие вещи, определенные родовыми признаками, а заемщик обязуется возвратить займодавцу такую же сумму денег (сумму займа) или равное количество других полученных им вещей того же рода и качества [1, 807] .

Таким образом, предметом договора займа могут быть либо денежные средства, либо вещи, определенные родовыми признаками, то есть вещи, не имеющие индивидуальных, присущих только им черт и потому не отличающиеся от других однородных вещей[2, 275]

Стороны договора – заёмщик и займодавец. Универсальный характер договора займа проявляется в том, что как в роли заёмщика, так и в роли займодавца могут выступать любые субъекты гражданского права. Особый субъективный состав имеет лишь одна разновидность договора займа – государственный заем. Естественно, что лица, обладающие специальной, частичной или ограниченной дееспособностью (казённые заводы, учреждения, несовершеннолетние и др.), могут совершать заёмные сделки в тех пределах, которые соответствуют их уставным целям или объёму дееспособности, установленному законом. Так, учреждения вправе распоряжаться только доходами от разрешённой им собственником хозяйственной деятельности, а потому могут выдавать займы лишь за счёт этих средств[1, 298]. Поскольку передача денег взаймы не относится к разряду специфических банковских операций, она не требует получения лицензии Банка России. На этом строится разграничение договора займа, в котором в роли займодавца может выступать любое лицо.

Можно выделить следующие основные черты договора займа, отличающих его от иных договорных обязательств и предопределяющих его в системе гражданско-правовых договоров:

Во-первых, объектом договора займа являются деньги или иные вещи, определяемые родовыми признаками (заменимые вещи). Когда объектом договора займа являются денежные средства, на стороне заемщика возникает денежное долговое обязательство, предметом которого являются действия заемщика по уплате займодавцу денежной суммы, равной полученной от займодавца, а также (если иное не установлено договором займа) процентов годовых за пользование денежными средствами. Согласование сторонами условий о предмете означает, что договором должны быть установлены количество и наименование возвращаемых вещей, их ассортимент, качество и комплектность, порядок проверки указанных вещей на соответствие тем вещам, которые были получены от займодавца, способ доставки указанных вещей займодавцу, порядок и сроки обнаружения недостатков возвращенных вещей, их фиксации и предъявления соответствующих требований заемщику.

Пользование деньгами и вещами, определенными родовыми признаками, со стороны заемщика возможно только путем их потребления. Поэтому на заемщика не может быть возложена обязанность возврата займодавцу по истечении срока использования объекта займа тех же денег или тех же вещей.

Во-вторых, отмеченная специфика объекта договора займа имеет своим следствием то обстоятельство, что пользование деньгами и иными вещами, определяемыми родовыми

признаками, которое возможно только в форме их потребления, предполагает наличие у заемщика правомочие по распоряжению объектом договора займа. Для того чтобы заемщик имел возможность распоряжаться полученными от займодавца деньгами или иными вещами, он должен быть их собственником. В связи с этим по договору займа служащие его объектом деньги или вещи, определяемыми родовыми признаками, передаются в собственность заемщика.

В-третьих, договор займа носит реальный характер, т.е. он считается заключенным с момента фактической передачи займодавцем заемщику денег или вещей, определяемых родовыми признаками. Поэтому очень важно иметь в виду, что даже при наличии между заемщиком и займодавцем письменного соглашения, по которому последний взял на себя обязанность предоставить заемщику определенную денежную сумму или количество вещей, на стороне заемщика не возникает право требовать от займодавца исполнения этой обязанности, поскольку само заемное обязательство не может считаться возникшим до момента фактической передачи займодавцем денег или иного имущества в собственность заемщику[3, 172].

В-четвертых, договор займа является односторонним договором. После его заключения, в процедуру которого входит и передача заемных средств. Все обязанности по договору, в том числе и основную из них – возратить сумму денежного займа или равное количество полученных других вещей того же рода и качества – несет заемщик. Заемщик приобретает по договору только права[4, 182].

При таких обстоятельствах займодавец приобретает специальное полномочие контроля за соблюдением целевого характера расходования выданных заёмщику средств. При неисполнении условия о целевом использовании занятых сумм либо при нарушении заёмщиком контрольных прав займодавца последний вправе потребовать досрочного исполнения договора и уплаты процентов по нему, если иное не установлено соглашением сторон.

Государственный (муниципальный) заем – это договор, заемщиком в котором выступает государство в целом (Российская Федерация), субъект Федерации или муниципальное образование, а займодавцем – гражданин или юридическое лицо [5, 289]. При заключении подобного договора государство сознательно увеличивает свой внутренний долг. В состав государственного долга входят: кредиты, полученные Правительством Российской Федерации, государственные займы, осуществляемые посредством выпуска ценных бумаг от имени Правительства, и другие долговые обязательства, гарантированные Правительством, которое представляет в заемных отношениях государство.

#### **Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.07.2013)
2. Гражданское право: Учебное пособие / Под ред. Е.А. Суханова. – М.: Волтерс Клувер, 2010
3. Гражданское право: Учебник / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. – М.: Проспект, 2011
4. Гражданское право: Учебник. Под ред. С.П. Гришаева, Юрист, М., 2004
5. Гражданское право: Т.1 / Под ред. А.Н. Гueva. – М.: Экзамен, 2012

### **Эволюция партийной системы Великобритании: закон Дюверже**

Великобритания традиционно входит в число стран с развитой экономикой. С 2006 – 2012 гг. британский аналитический центр The Legatum Institute на основе 79 показателей в сфере экономики, социальной политики и культуры вывел индекс процветания стран мира. Согласно рейтингу, составленному в результате исследования, Великобритания из 142 стран занимает 13 место, что свидетельствует о высоком социально-экономическом развитии страны [19].

Одной из причин успешности британского общества считается стабильная политическая система. «Старая» британская демократия позволяет обеспечить эффективную работу высших органов государственной власти. В свою очередь формирование нижней палаты британского парламента обеспечивается избирательной системой простого большинства, способствующей согласно закону Дюверже формированию двухпартийной системы.

В 2010 году вместо однопартийного правительство в Британии было сформировано коалиционное, что подрывает представление не только о стабильности политической системы Великобритании, но и ставит под вопрос традиционное представление об эффектах простого большинства[5].

Целью данного исследования является выявление причин, которые привели к формированию коалиционного правительства по итогам выборов в Палату Общин в 2010 года. В соответствии с целью в исследовании решаются следующие задачи: проанализировать избирательное законодательство Великобритании; выявить трансформацию партийной системы. Соответственно объектом исследования выступает партийная система Великобритании, предметом – трансформация партийной системы Великобритании.

Работа опирается на структурный институционализм в трактовке Лейпхарта[11]. Среди источников в работе были использованы: нормативно-правовая база, регулирующая проведение выборов в Великобритании, нормативно-правовая база политических партий в Великобритании, материалы СМИ и официальных ресурсов политических партий Великобритании, а также результаты социологических опросов.

В результате исследования было выяснено, что эволюция избирательного законодательства не привела к трансформации избирательной системы простого большинства. Действительно, вводились дополнительные нормы, но они значительно не трансформировали избирательную систему простого большинства. В частности, в 2002 году было введено голосование по почте. В результате, хоть и была увеличена явка в округах на выборах на 13% по сравнению с 9% по всей стране, в дальнейшем мера признавалась неэффективной и ее не стали применять к всеобщим выборам, потому что был высокий процент подтасовок и иных нарушений[7]. Предпринимались и попытки по изменению правил игры. В частности, в 2011 году по инициативе либерал-демократов проводился референдум: попытались провести замену избирательной системы простого большинства на преференциальную. Однако, по результатам референдума всего лишь 32,10% поддержали нововведение, а 67,90% высказались против[20].

Среди факторов, оказавших влияние на исход кампании 2010 года, можно считать и ориентацию консерваторов, не только на имущие классы, но и на рабочий и средний классы. На исход выборов 2010 года также повлияло постепенное изменение электоральной базы двух ведущих партий страны. Если с 1945-1970-е гг. консерваторы имели поддержку примерно 66% от представителей среднего класса и примерно 30% голосов от представителей рабочего класса, а лейбористы имели поддержку 24% среднего класса и 62 % рабочего класса, то на выборах 1997 года ситуация изменилась [20. С.10]. Консерваторы получили лишь 38% голосов от среднего класса и 29% голосов рабочего класса, лейбористы же получили уже 40% голосов среднего класса и 58% рабочего класса [20. С. 78]. Часть пред-

ставителей среднего класса от консерваторов перешла к лейбористам, несколько снизилась поддержка лейбористов от представителей рабочего класса. Интерес среднего класса к лейбористам вызван появлением в политике «нового лейборизма», провозглашенного Т. Блэром, включавшее заимствованную у американцев концепцию «рыночного социализма»[9]. Большой процент голосов от представителей среднего класса, нежели от представителей рабочего класса лейбористская партия получила и в 2010 году. Но в целом стоит отметить крайне малые социальные различия, которые не позволяли провести более детального исследования изменения электоральной базы в соответствии с классовой структурой общества[21]. Это позволяет сделать вывод о том, что происходит «перетекание» электората от ведущих партий в малые по возможной причине усталости избирателей от консерваторов и лейбористов.

Другим фактором стала роль роста и общего веса малых партий в парламенте с 70-х гг. XX века. Если в 40-60-х гг. количество малых партий, принимавших участие в парламентских выборах, было примерно 5, то уже в 70-90-х гг. их количество превышало 9 партий[7]. В то время как популярность лейбористов и консерваторов снижалась, малые партии имели обратную тенденцию. Малые партии обычно выступают вспомогательными элементами: их мнение не является многозначительным. Однако особенность мажоритарной системы состоит в том, что система препятствует прохождению малых партий в парламент. В Британии партии достаточно централизованные[8]. Поэтому, когда происходит рост малых партий, это означает, что в целом предпочтения избирателей становятся менее фокусированными. Таким образом, рост и вес малых партий может трансформировать избирательную систему и привести к системе многопартийной. Так, либерал-демократы попытались изменить избирательную систему Великобритании в 2011 году[20]. И хотя замены системы не произошло, сам факт попытки трансформации уже позволяет говорить о том, что третья сила имеет достаточное влияние на ведущие партии страны, чтобы принимать участие в реформировании. Кроме того, в случае подвешенного парламента третья сила определяет коалиционный состав правительства, то есть в зависимости от того, кого поддержит третья партия, зависит политический курс.

Следующим фактором стала возрастающая роль прессы в избирательных кампаниях. Пресса в Великобритании всегда играла весьма важную роль в политической жизни страны. Но с 90-х гг. печатные издания перестали относить себя к какой-либо партии, поскольку партии в погоне за голосами стали, в некоторой мере, центристскими. И все же под влиянием угрозы создания подвешенного парламента, газеты стали выражать приверженность той или иной партии, хотя многие из них и сменили политическую ориентацию. В частности, на сторону либерал-демократов от лейбористов перешли такие издания как "The Guardian", "The Observer" and "Independent", на стороне же лейбористов выступили "Sunday Mirror" and "Daily Mirror", и, наконец, консерваторов поддержали восемь газет во главе с наиболее значимыми в Великобритании "Daily Telegraph" и "Financial Times"[10]. Поддержка консерваторов СМИ оказало непосредственное влияние на избирателей, в результате чего консерваторы и набрали больше голосов по сравнению с другими партиями. С 2000-х гг. в прессе в открытом доступе предоставлялся компромат на членов ведущих партий. В 2009 году в прессе широкий резонанс получил скандал, вызванный финансовыми махинациями депутатов парламента и членов правительства, который ударил по престижу сразу двух ведущих партий страны, поскольку одним из нарушителей был помощник лидера консервативной партии депутат Э. Маккей, а другой, Э. Морли был членом лейбористской партии. Политики обвинялись в незаконном использовании средств государственного бюджета[6]. Пресса регулярно информировала граждан о деятельности ведущих представителей партий, что неоднозначно сказывалось на их популярности. Один из наиболее ярких примеров проколов политиков – публичное оскорбление избирательницы Г. Брауном[3].

Еще одним фактором стал низкий уровень популярности лидера лейбористов Брауна. По результатам социологических опросов 48% избирателей были уверены, что новый лидер лейбористской партии, кем бы он ни был, гораздо лучше будет представлять интересы партии в парламенте[17]. И на это есть несколько причин. Во-первых, поддержка лейбо-

ристской партии снизилась еще в 2007 году, когда Г. Браун, став премьер-министром страны после отставки Т. Блэра отказался провести всеобщие выборы[1]. Граждане заявляли о не легитимности власти. В результате выборы в местные органы власти показали огромное поражение лейбористов: 44% голосов набрали консерваторы, 25% голосов – либерал-демократы и 24% голосов – лейбористы[14]. Во-вторых, многие исследователи отмечали отсутствие харизмы Брауна и в этом плане многие симпатизировали Д. Кэмерону. В-третьих, недоверие граждан к фигуре Брауна было связано с тем фактом, что Браун также был замешан в ведении войны против Ирака: в то время он занимал пост министра финансов Великобритании, и многие политики обвиняли Брауна в задержке средств на ведение войны, ведущее к человеческим жертвам[12]. Вследствие этого многие избиратели отвернулись от лейбористов. Кроме того, снижение поддержки избирателей, численности партий объясняется тем фактом, что лидеры партий в первую очередь преследуют цель завоевание как можно большего количества голосов, в то время как утрачивает силу идеологический фактор, возрастает роль имиджмейкеров. Упор был сделан на форму выступления политиков, на то, как лучше представить противника в более неприглядном виде на фоне собственной безупречности. Эту стратегию особенно активно использовали консерваторы и либерал-демократы, обвиняя лейбористов в неэффективной политике на проводившихся впервые в стране теледебатах. Теледебаты проходили в три тура, каждый из которых был посвящен определенной теме. В первом туре обсуждались вопросы внутренней политики: здравоохранение, образование, иммиграции. По результатам первого тура победу одержали либерал-демократы. Ник Клегг обвинял консерваторов и лейбористов за ошибки, которые они совершили, находясь долгое время у власти, отмечал истощенность идей обеих партий и неспособность привести страну к светлому будущему[2]. Разногласия политиков касались сокращения государственного долга и обороны. Во втором туре победу одержал Д. Кэмерон, как и в третьем туре теледебатов. Таким образом, либерально-демократическая партия, увеличив свою популярность благодаря теледебатам, стала третьей силой на выборах 2010 года.

Наконец, одним из важнейших факторов поражения лейбористов на выборах стало потери значительной части избирателей ассоциации с партиями, вызванной отсутствием различий в решениях, предлагаемых партиями для решения проблем Британии. В первую очередь это выбранная Т. Блэром стратегия «третьего пути», соединившая либерализм и лейборизм, выражавшееся в задаче обществе раскрепостить индивида[7]. В то время как, в 2007 году Д. Кэмерон заявил о независимой от государства роли общества, о сплочении общества, что несколько противоречит традиционным консервативным идеям. В этих целях в том же году был учрежден пост теневого министра «сплочения общества и социальной активности» (shadow minister for community cohesion and social action)[13]. Консерваторы[15], либерал-демократы[16] и лейбористы[18] перестали видеть альтернативные решения проблем Британии. Целью партий было сокращение бюджетного дефицита посредством сокращения крупных расходов, причем у всех под сокращение не попадали такие сферы как здравоохранение и образование. В частности все три партии поддерживали создание системы Pupil Premium, направленную на обеспечение образованием детей из беднейших семей. Все партии выступали за увеличение налогообложения, в частности увеличить порог налога на наследство до 1 млн. фунтов стерлингов. И консерваторы, и либерал-демократы, и лейбористы выступали за поддержку малого бизнеса. Все три партии выступали за ограничение роста иммиграции с целью сократить количество неквалифицированных рабочих.

Таким образом, можно кратко обозначить причины сложившейся ситуации в 2010 году в Великобритании. Во-первых, изменилась электоральная база консерваторов и лейбористов: часть среднего класса перешла к лейбористам, а часть рабочего класса – к консерваторам. Во-вторых, увеличился рост и вес малых партий в парламенте. В-третьих, благодаря поддержке большинства влиятельных газетных изданий консерваторы получили большее по сравнению с другими количество голосов. Но в то же время из-за опубликованных скандалов членов партий снизилась общая поддержка избирателей ведущих партий. В-четвертых, дисбаланс популярности консерваторов и лейбористов, а именно – па-

дение популярности лейбористов и недостаточно высокая поддержка консерваторов – привела к коалиции. Пятая причина кроется в том, что утратил силу идеологический фактор: гонка за голоса избирателей, жесткая критика партий друг друга привели к снижению явки на выборах. Наконец, последняя, самая важная причина, кроется в том, что вследствие размывания идеологий, что легко прослеживается в манифестах пратий, избиратели перестают ассоциировать себя с какой-либо партией. Подводя итог, нужно сказать, что, несмотря на отсутствие изменения избирательной системы, изменились условия существования политических партий. Именно это в конечном итоге привело к установлению «подвешенного парламента».

#### **Список использованных источников**

1. Ананьева Е.В. Сломался ли маятник двухпартийной системы Великобритании? // Великобритания 2010: новая политическая ситуация / Доклады Института Европы РАН. М.: Русский сувенир, 2010. С.24.
2. Бекетов А. Теледебаты в Британии: проигравших пока нет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2010/04/100415\\_britain\\_debates\\_results.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2010/04/100415_britain_debates_results.shtml) (Дата проверки: 20.05.2013).
3. Браун обидел избирательницу, забыв о микрофоне [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bbc.co.uk/russian/international/2010/04/100428\\_brown\\_woman\\_scandal.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/international/2010/04/100428_brown_woman_scandal.shtml) (Дата проверки: 14.10.2013).
4. В Британии – первое за 70 лет коалиционное правительство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2010/05/100512\\_uk\\_new\\_coalition.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2010/05/100512_uk_new_coalition.shtml) (Дата проверка: 20.05.2013).
5. Великобритания получила "подвешенный парламент" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2010/05/100507\\_uk\\_elections\\_hung\\_parliament.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2010/05/100507_uk_elections_hung_parliament.shtml) (Дата проверки: 20.05.2013).
6. Великобритания: финансовые махинации привели к отставкам в парламенте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.ru/interpravo/news/view/11517/> (Дата проверки: 19.05.2013).
7. Громыко А.А. Политическая модернизация Великобритании: от Вестминстерской к плюральной модели демократии. М.: Издательство «ОГНИ ТД», 2005. – 160 с.
8. Дюверже М. Политические партии / Пер. с франц. М.: Академический Проект, 2000. – 538 с.
9. История Великобритании / Под редакцией Кеннета О. Моргана. М.: Весь Мир, 2008. – 391 с.
10. Корреспондент РС Наталья Голицына – о роли прессы на выборах в Великобритании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.svoboda.org/content/article/2039303.html> (Дата проверки: 19.05.2013).
11. Лейпхарт А. Конституционные альтернативы для новых демократий // Полис (Политические исследования). 1995. № 2.
12. Пахомова Е. Гордон Браун дает показания по участию Великобритании в иракской войне [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru/world/20100305/212345746.html> (Дата проверки: 20.05.2013).
13. Перегудов С.П. Центробежные и центростремительные тенденции в предвыборном марафоне // Великобритания перед всеобщими выборами 2010 г. / Под ред. А.А. Громыко. М.: Ин-т Европы РАН: Рус. сувенир, 2010. С. 17.
14. Elections 2008: Councils A-Z [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/elections/local\\_council/08/html/region\\_99999.stm](http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/elections/local_council/08/html/region_99999.stm) (Дата проверки: 19.05.2013).
15. Invitation to join the government of Britain. The conservative manifesto 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://media.conservatives.s3.amazonaws.com/manifesto/crmanifesto2010\\_lowres.pdf](http://media.conservatives.s3.amazonaws.com/manifesto/crmanifesto2010_lowres.pdf) (Дата проверки: 19.05.2013).
16. Liberal Democrat Manifesto 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://issuu.com/libdems/docs/manifesto?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.issuu.co>

m%2Fv%2Flight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true&proShowMenu=true (Дата проверки: 20.05.2013).

17. Populus. Times Poll. CATI Fieldwork : April 12th 2010 [Электронный ресурс].- Режим доступа: [http://www.populus.co.uk/uploads/download\\_pdf-120410-The-Times-The-Times-Poll---April-2010.pdf](http://www.populus.co.uk/uploads/download_pdf-120410-The-Times-The-Times-Poll---April-2010.pdf) (Дата проверки: 20.05.2013).

18. The Labour Party Manifesto 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.labour.org.uk/uploads/TheLabourPartyManifesto-2010.pdf> (Дата проверки: 20.05.2013).

19. The Legatum Prosperity Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/legatum-prosperity-index/info> (Дата проверки: 20.05.2013).

20. UK-wide referendum on the Parliamentary voting system. Final national results [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.electoralcommission.org.uk/elections/results/referendums/uk> (Дата проверки: 09.05.2013).

21. Voting Behaviour and Social Class 1992-2010: An Assignment [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.earlhamsociologypages.co.uk/classvotingbehaviourassignment.htm> (Дата проверки: 20.05.2013).

*Чуприна Я.С.  
студентка 4 курса юридического факультета  
Азовского института экономики, управления и права (филиал)  
Ростовского государственного экономического университета  
Научный руководитель: Зайцева Л.А., канд. психол. наук,  
ст. преподаватель каф. уголовного права и криминологии  
Ростовский государственный экономический университет  
(г. Азов)*

### **Личность экономического преступника**

Общепринятого уголовно-правового и криминологического понятия «экономическая преступность» в настоящее время не выработано, несмотря на его широкое использование в научном обороте [6].

Экономическая преступность представляет собой часть так называемой корыстной преступности, которая определяется как совокупность деяний, заключающихся в незаконном завладении чужим имуществом и совершающихся по корыстным мотивам и в целях неосновательного обогащения. Ведущие криминологи нашей страны по-разному определяют такое явление, как экономическая преступность. Так, Н.Ф. Кузнецова считает, что это – «совокупность общественно опасных деяний, причиняющих вред охраняемым законом экономическим интересам общества и граждан» [3].

Е.Е. Дементьева, обобщив подходы к дефиниции понятия, предложенные криминологами США и Германии, полагает, что «экономическая преступность – это противоправная деятельность, посягающая на интересы экономики государства в целом, а также на частнопредпринимательскую деятельность и на интересы отдельных групп граждан, постоянно и систематически осуществляемая с целью извлечения наживы в рамках и под прикрытием законной экономической деятельности, как физическим, так и юридическим лицом» [2].

В криминологической литературе сформировано несколько признаков, характеризующих рассматриваемый вид преступности и выделяющих его из общей массы деликтов уголовно-правовой направленности. Так, например, можно выделить следующие признаки: 1) совершение данных преступлений, как правило, в процессе профессиональной деятельности; 2) выполнение их в рамках и под прикрытием законной экономической деятельности; 3) корыстный характер; 4) длящееся систематическое развитие; 5) нанесение ущерба экономическим интересам государства, частного предпринимательства и граждан [1].



Известно, что предупреждение экономической преступности, как и преступности в целом, не может быть эффективным, если не будут изучены причины и условия ее совершения и не будут глубоко проанализировано, кто и почему совершает преступления.

Структура личности преступника представляет собой совокупность интегрированных в ней социально-значимых свойств, образовавшихся в процессе многообразного и систематического взаимодействия с другими людьми и делающих в свою очередь ее субъектом деятельности, познания и общения [7].

Вызывает сожаление тот факт, что в настоящее время характеристика личности экономического преступника не может быть полной, т.к. в отчетности МВД РФ отсутствуют некоторые статистические данные (например, не всегда указывается образовательный уровень, возраст, должностное и социальное положение и иные сведения, которые могли быть использованы в аналитических целях.

В числе социально-профессиональных характеристик личности вопрос об образовательном цензе имеет особое значение. Известно, что образовательный уровень различных категорий преступников неодинаков и находится в определенной связи с характером преступных действий. Результаты исследования показывают, что образовательный уровень лиц, совершивших экономические преступления, довольно высокий. Так высшее образование имеют 52,3%, неоконченное высшее 2,7%, среднее специальное 28,7% и среднее 12,4%.

Представляется, что достаточно высокий образовательный уровень преступников рассматриваемой категории обусловлен рядом обстоятельств. Прежде всего, сам характер большинства таких преступлений требует определенного уровня умственного развития и образования. И это понятно, так как лица, ответственные за руководство организацией, ведение бухгалтерского учета и представление отчетности, должны иметь соответствующую специальность и квалификацию [5]. Интеллектуальный характер этих преступлений нашел наиболее четкое отображение именно в этом показателе, поскольку число лиц с высшим образованием среди всех совершивших иные преступления составляет всего 4% [5].

Безусловно, интеллектуальный характер этих преступлений проявляется в изобретательности способов и схем преступных действий, в умении скрыть содеянное, в выборе правильной тактики поведения при попадании в поле зрения правоохранительных органов и т.п.

Личность экономического преступника, как было указано ранее, изучена достаточно слабо. Однако, не смотря на это, Лобанов М.Ю. предлагает свою характеристику личности экономического преступника, включающую ряд присущих этой категории преступников общих свойств (черт). Среди них он выделяет [4]:

1. Гипертрофированная целевая жизненная установка на обогащение и обладание властью любой ценой, невзирая на способы;

2. Готовность идти на значительный риск («идти ва-банк»);

3. Повышенные жизненные (материальные) стандарты;

4. Развитый интеллект, высокий или достаточный уровень образования и профессиональной подготовки;

5. Одновременное использование как законных форм организации предпринимательства, видов и методов осуществления экономической деятельности, а также «брешей» и противоречий в законодательной базе (пробелы законодательства, одновременного сосуществования взаимоотрицающих правовых норм и т.д.), так и незаконных методов извлечения прибыли. Иными словами, наличие способности (склонности) к сочетанию («гармонизации») законных и противоправных методов и способов.

6. Наличие в гипертрофированной форме специфических имманентных личных качеств-энергичности, «нахрапистости», значительного самомнения, самоуверенности (при отсутствии или наличии в незначительной степени сомнений в достижении поставленных целей), твердого стремления к обладанию властью, цинизма в отношении к другим людям (партнерам, клиентам и т.д.), склонности к блефу (готовности блефовать) им др.;

7. Наличие атрибутов внешней респектабельности и добропорядочности, создающих благополучное впечатление и формально подразумевающих законопослушность, а также предполагающих высокий социальный статус субъекта, его принадлежность к элитному социальному слою общества.

Мы считаем, что стоит согласиться с характеристикой личности экономического преступника, которая была дана Лобановым М.Ю. Однако, стоит отметить, что многие ученые, также выделяют полимотивированность преступного поведения личности экономического преступника, т.к. именно его потребности, интересы, взгляды, ценностные ориентации выделяют его в особую категорию, благодаря выраженному стремлению к имущественной «сверхвыгоде» и улучшению своего социального статуса в лучшую, более престижную сторону или сохранению такого статуса в определенной социальной группе.

#### **Список использованных источников**

1. Абакумова О.А. Сравнительный анализ криминологических характеристик личностей налогового и экономического преступников // Академический вестник, 2012. № 1. – С. 125.
2. Дементьева Е.Е. Экономическая преступность и борьба с ней в странах с развитой рыночной экономикой (на матер. США и Германии). – М.: ИНИОН РАН, 1992. – С. 12-13.
3. Кузнецова Н.Ф. О противостоянии легализации незаконных доходов // Международное сотрудничество в борьбе с отмыванием доходов, полученных незаконным путем. Круглый стол. – М, 1998. – С. 6-8.
4. Лобанов М.Ю. К вопросу о личности экономического преступника // Норма. Закон. Законодательство. Право: материалы XV Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых (25-26 апреля 2013г., г. Пермь) / научн. Ред. О.А. Кузнецова; Пермский государственный национальный исследовательский университет – г.Пермь, 2013г.- С.283.
5. Магизов Р.Р. Криминологическая характеристика личности налогового преступника / Р.Р. Магизов // Следователь, 2013. № 7. – С. 27.
6. Мамардашвили М. Картезианские размышления. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Культура», 2003. – С. 32.
7. Розин В. Психологический анализ преступной личности // Уголовное право. – М., 2009. №2. – С.94

*Чуприна Я.С.  
студентка 4 курса юридического факультета  
Азовского института экономики, управления и права (филиал)  
Ростовского государственного экономического университета  
(г. Азов)*

*Научный руководитель: Лавриненко Н.И.  
канд. филол. наук, доцент каф. конституционного и муниципального права  
Ростовский государственный экономический университет  
(г. Ростов-на-Дону)*

#### **Наука и власть в современном обществе**

Так часто нам трудно предугадать поведение отдельного человека. Тогда что же говорить о двух, трех, сотне, тысяче отдельно взятых людей? В таком случае тем более сложно предсказать, систематизировать общественные явления.

Одним из примеров такой сложнейшей структуры является взаимоотношение науки и власти. Эти два понятия тесно взаимосвязаны и часто представляют собой одно и то же, но в то же время существуют точки зрения, когда эти понятия противоположны.

Наука зависит от ее взаимоотношений с властью, а власть зависит от ее взаимоотношений с наукой. Таким образом, само взаимодействие науки и власти подобно двум кон-

цам каната, которые тянут в противоположные стороны, тем не менее, оставаясь чем-то единым.

Отношения науки и власти всегда представляли большую проблему. Современное состояние науки вызывает к жизни необходимость государственного регулирования и гуманитарного контроля над темпами и последствиями научно-технического развития.

Наука, как известно, отражает определенный уровень развития общества и личности. Социальная среда, в которой функционирует наука, задает ее целевые установки, определяет во многом ее роль и возможность, но так как наука непосредственно участвует в развитии технологии, медицины, информатики, образования и культуры, то все концептуально значимые кризисные явления в социуме в той или иной мере сказываются и на статусе науки [1].

Производители интеллектуальной собственности – это научная элита и интеллектуалы, которые представляют собой особый тип научной среды. Научная элита – это цвет общества; она включает в себя создателей духовных ценностей, выдающихся теоретиков, инженеров, медиков, признанных профессиональным сообществом. Ее авторитет, по мнению В.П. Торукало, не имеет ничего общего с влиянием количественного фактора [6, с.74]. Поэтому подлинной элитой может быть только элита интеллектуальная, а не та часть населения, которая присвоила себе максимальное количество материальных благ.

Однако все чаще элитой у нас считают не профессионалов, предлагающих обществу высокотехнологические товары, идеи и решения, а людей при должностях. Численность чиновников с 1999 г. возросла вдвое и достигла свыше 1,6 млн. человек. За это же время из страны уехало почти столько же специалистов. По мнению В.П. Торукало, в 2011-2013 гг. будут сокращены более 93 тыс. служащих (выгода составит 33 млрд. рублей), но эксперты полагают, что реальная экономия от сокращения аппарата будет меньше. До четверти сэкономленных средств придется потратить на выполнение социальных обязательств перед уволенными плюс увеличение вознаграждения тем, кто остался, за якобы увеличившийся объем работ [6, с.74]. В настоящее время из классификации элиты исчезли такие ключевые понятия интеллигентности, как личная честность, бескорыстие и умеренность в потреблении. В стране идет негативная трансформация элиты.

Исследование, проведенное фондом «Либеральная миссия» совместно с социологами Левада-Центра, показало, что доминирующее место в современной российской элите занимают «элита господства» (бюрократическая верхушка государственной власти) и «элита богатства и потребления» (олигархическая верхушка и ее окружение). В итоге за последние годы среди населения утвердилось резко негативное отношение к элите, к той, что полностью ориентирована на западные ценности.

Любое государство должно быть заинтересовано в наращивании своего интеллектуального потенциала. Однако, в связи с тем, что молодые научные сотрудники уезжают за рубеж, это отражается на состоянии науки в различных ее отраслях [3, с.52]. По данным Института мировой экономики и международных отношений, из России за последние 20 лет выехало около 1 млн. специалистов, и сейчас они работают на заводах, в исследовательских центрах и лабораториях США, Западной Европы, Канады, Австралии. Низкий социальный статус ученых заставляет многих талантливых молодых специалистов искать либо другие пути в жизни, либо покидать родину. Они стремятся быть на переднем крае науки, работать на самых престижных установках, перенимать опыт выдающихся ученых современности и при этом не иметь проблем с бюрократией.

В 2009 году к Президенту России Д. Медведеву и Председателю Правительства РФ В. Путину с открытым письмом обратились ученые. Главная цель письма – обратить внимание руководства страны на то, что пренебрежение интересами фундаментальной науки представляет стратегическую угрозу для России, и что через 20 лет страна по своему научному потенциалу скатится до уровня стран третьего мира, если ситуация не будет меняться в лучшую сторону [4]. Ученые указали на острую необходимость кардинально улучшить финансирование науки; активно пропагандировать роль науки в обществе; ин-

тегрировать российскую науку в общемировую, привлекая крупные проекты; вводить международные стандарты оценки качества научного труда [6, с.75].

Сегодня на развитие науки выделяются немалые деньги, однако они идут крупным структурам и до самих ученых доходят в небольших количествах и несвоевременно. Кроме того, государство стремится получить от науки немедленную отдачу. Это ставит фундаментальную науку, где результата можно ждать годами и даже десятилетиями, в очень невыгодное положение. Но ведь именно фундаментальная наука закладывает базу всех прикладных наук и определяет качество образования.

На основании выше изложенного, можно утверждать, что проблема «наука и власть» – одна из вечных. Суть проблемы заключается в том, что интересы науки и власти не всегда совпадают, более того, иногда кардинально различаются. Поэтому противоречия и даже конфликты между ними – явление не только распространенное, но, в сущности, и неизбежное.

Проблема «наука и власть» имеет особую значимость для России. До революции 1917 года многие отрасли социальных и гуманитарных наук были на высоком уровне. Решающую роль в этом играли государственные, императорские и негосударственные университеты и институты [6, с.76].

Принципиально иную картину взаимодействия науки и власти дает советский период. Большевики были одними из первых, кто сформулировал государственную политику в отношении науки в целом и общественных наук, в частности. Надо признать, что в СССР представители общественных наук добивались серьезных успехов, признаваемых международным научным обществом. Однако были и слабые стороны в развитии системы социальных и гуманитарных наук. Суть их заключалась не в том, что они основывались на принципах диалектического и исторического материализма, а в том, что власть жестко пресекала любые попытки ученых использовать иные методологические схемы и подходы в исследовании общественных явлений.

В начале 90-х годов XX века тип политико-идеологических и организационно-управленческих отношений общественных наук и властных структур фактически завершился [7, с.106]. Истекшее двадцатилетие продемонстрировало, что и новая власть, и научное сообщество в решающей степени его отвергают. Однако за это время не сформировалась достаточно определенная политика государства в отношении науки и власти. Налицо явное несоответствие между декларациями о важности науки в современной России, содержащимися в ряде официальных документов самого высокого государственного уровня, и реальным положением, когда большинство академических институтов, научных школ и направлений находятся на грани разрушения и существуют только за счет своего энтузиазма и бескорыстия [6, с.76].

Что касается социальных и гуманитарных наук, то власть просто «отпустила» их в «свободное плавание». Их специфика и особая значимость в реформировании общества даже не упоминается в Доктрине развития российской науки, которая включает приоритетные задачи государства в этой области. В России, в отличие, например от США, власть обеспечивает ученым крайне скромное содержание, и ученые получают возможность не нести никакой ответственности за состояние дел в стране.

Однако можно надеяться на позитивные изменения в области развития как фундаментальной, так и прикладной науки.

На наш взгляд, этому будет способствовать деятельность Общественной палаты РФ, членами которой являются академик РАН Е.В. Велихов, член-корреспондент РАН В.А. Тишков и другие известные ученые, принимающие активное участие в решении государственных вопросов. В связи с этим необходимо указать и на изменение качественного состава органов исполнительной и законодательной власти, особенно аппаратов Президента и Председателя Правительства РФ, в которых большинство государственных служащих – это доктора и кандидаты наук.

Все большее применение и развитие находит такая форма организации научного труда по закрытому типу, когда с целью максимальной отдачи группы перспективных исследователей-разработчиков изолируют от внешнего мира в специально создаваемых ученых городках [6, с.77]. Такое направление использовалось в Советском Союзе. Достаточно вспомнить в этой связи научный коллектив закрытого типа, описанный А.И. Солженицыным в «Круге первом» [5]. Сейчас по такому принципу работает ряд японских компаний и американская компания «Майкрософт».

В Московской области в городе Сколково создается центр российских инноваций, прежде всего, в прикладной науке. Предполагается, что здесь инженерно-технологические разработки будут быстро доводиться до производства продукции, находящей сбыт по всему миру. Финансирование центра обойдется в 200 млрд. рублей (50% – бюджетные средства, остальное – частный бизнес). Однако многие ученые и олигархи высказываются против такого нововведения. Например, бизнесмены на вопрос, помогут ли технопарки российской экономике, ответили так: 27% – «да», 23% – «нет», 40% – «идея хорошая, но не реальна» и 2% – «не знаком с проектом». У ученых свои опасения: там нет вуза, до ближайших академических и прикладных НИИ, как минимум 1,5-2 часа на транспорте. Это явный барьер для студентов, аспирантов и научных работников. Кроме того, в стране достаточно академгородков (Москва, Санкт-Петербург, Томск, Новосибирск, Екатеринбург), которые могли бы функционировать и дальше, но непродуктивны из-за недофинсирования. Как результат, все более утверждается мысль, что даже при самом благоприятном развитии Сколково станет обычным инженерно-технологическим центром. Тем не менее, власть заинтересованно пытается решить этот вопрос [6, с.77].

В заключении следует отметить, что современное состояние науки требует государственного регулирования и гуманитарного контроля над темпами и следствиями научно-технического развития, над прикладными инженерными и технологическими разработками. Когда же наука ориентируется на идеологические принципы того или иного типа государства, она превращается в лженауку. Подлинной целью государственной власти и государственного регулирования науки должно быть обеспечение роста научного потенциала во благо всего человечества.

#### **Список использованных источников**

1. Ахмадуллина А. Наука и технологии. Власть – Электронному Правительству!!! Прямые инвестиции. 2011. № 1. – С. 46-50.
2. Гарматина Ю., Писаренко Д., Позднякова М. Остались ли в России умные люди? [Электронная версия] // URL: <http://ihst.ru/projects/sohist/news/2009/1021.htm>
3. Бойцова О.Ю. Общественный договор – основа доверия к власти // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. 2012. Т. 267. № 4. – С. 50-58.
4. Номероцкий А. По научному потенциалу можем упасть до стран третьего мира [Электронная версия] // URL: <http://www.courier-edu.ru/cour0911/300.htm>
5. Солженицын А.И. В круге первом: роман. – М.: СЛОВО, 2001. – 648 с.
6. Торукало В.П. Наука и власть в современном обществе // Власть. 2012. № 5. – С. 74-77.
7. Хорзов Е.А. Научное общество и власть: опыт сотрудничества в конце XIX – начале XX вв. // Сибирский торгово-экономический журнал. 2011. № 13. – С. 105-110.

**Шмыков Е.В.**  
*студент 2 курса магистратуры юридического факультета*  
*Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.*  
*д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор*  
*Пермский государственный национальный исследовательский университет*  
*(г. Пермь)*

### **Влияние интеллектуальной собственности на экономику государства**

Ключевыми факторами экономического развития современного государства являются факторы, связанные с интеллектуальной деятельностью человека [4, 41]:

- гуманизация экономики – основной частью расхода бюджета и вложения инвестиций становится интеллектуальная деятельность человека;
- информатизация экономики – увеличивается количество и качество источников знаний (учебных заведений, организаций) и потребителей знаний.
- глобализация экономики – все большее количество организаций, деятельность которых связана с интеллектуальной собственностью, ориентируется на мировой рынок, наращивая импорт и экспорт продукции, содержащей объекты интеллектуальной собственности.

Интеллектуальная деятельность в широком ее понимании – это часть жизнедеятельности общества, зависящей от экономических, политических, социальных, технических факторов общественного устройства. Об интеллектуальной деятельности социально-экономического субъекта можно вести речь, когда деятельность такого субъекта носит осознанный, целенаправленный характер. Экономический аспект интеллектуальной деятельности общества заключается в отрицании устаревших, недействующих способов и форм хозяйствования, создания, и использования новых [3, 11]. Результатом интеллектуальной деятельности как правило является интеллектуальная модель процесса, или объекта, их отличительный признак, который является объектом интеллектуальной собственности, и который будет использован в сфере массового производства товаров и услуг.

В условиях глобальной рыночной, научно-технической конкуренции значение объекта интеллектуальной собственности существенно расширяется. В экономическом смысле интеллектуальная деятельность способствует инновационному развитию как предприятия (на микроуровне), так и государства в целом (на макроуровне) в условиях глобальной конкуренции. Поскольку созданные объекты интеллектуальной собственности имеют определенную ценность, права их обладателей нуждаются в защите государства на внутригосударственном и международном уровнях. Интеллектуальная собственность, как способ повышения эффективности экономики государства, а также развития его конкурентоспособности на мировом рынке предполагает совершенствование государственного регулирования в области контроля за соблюдением интересов субъектов интеллектуальной собственности. Предоставляя услуги по защите интеллектуальной собственности, государство решает задачи повышения их качества как во внутриэкономической, так и во внешнеэкономической среде.

Ряд исследований показал, что защита прав интеллектуальной собственности представляет собой сложный процесс, влияющий на темпы экономического роста государства [1, 108]. Это выражается в том, что защита прав интеллектуальной собственности с одной стороны поощряет инновации, однако с другой стороны может привести к монополистическому поведению на рынке, что в свою очередь повлечет замедление экономического роста.

В работах, исследующих институты в области защиты прав интеллектуальной собственности, выделялось 3 группы влияния защиты прав на инновационную деятельность [1, 109]:

1 группа: Позитивное влияние защиты прав интеллектуальной собственности на инновационную активность и улучшение технологий.

2 группа: В ситуации одновременного использования чужих технологий и инновационных открытий, приоритет отдается чужим технологиям при слабой защите интеллектуальной собственности.

3 группа: Увеличение положительного влияния сильной защиты интеллектуальной собственности на уровень иностранных инвестиций.

Исследования, проведенные рядом авторов [5, 700] выявили положительную связь между защитой прав интеллектуальной собственности и экономическим ростом. Был выявлен положительный эффект на экономический рост от усиленной защиты прав интеллектуальной собственности как для стран с высоким, так и низким уровнем доходов. Были обнаружены статистически значимые результаты влияния уровня защиты прав интеллектуальной собственности на экономический рост (рост ВВП) на душу населения для стран с первоначально высоким уровнем экономического роста. Это были ожидаемые результаты. Такой же уровень влияния защиты прав интеллектуальной собственности на рост ВВП был обнаружен и для стран с низким уровнем экономического роста. Однако неожиданными оказались результаты для стран со средним уровнем развития. Для таких стран связь уровня защиты прав интеллектуальной собственности на экономический рост оказалась статистически незначимой. Такие результаты объясняются тем, что в странах со средним уровнем доходов экономический рост происходит за счет использования чужих технологий, а значит повышение уровня защиты прав интеллектуальной собственности создает обратный эффект – ухудшение эффекта от роста прямых иностранных инвестиций. Развитые страны получают большую выгоду от соглашения по ТРИПС, чем развивающиеся. При этом отмечается, что развивающиеся страны могут нести потери.

В работах Р. Хорри и Т. Ивайсако [6, 45] также отмечали, что в развивающихся странах слабая защита прав интеллектуальной собственности в долгосрочной перспективе приводит к увеличению ВВП, поскольку в ней широко используются сторонние (чужие) открытия.

Исследования экономического развития России [1, 118] показали отрицательное влияние усиления защиты прав интеллектуальной собственности на экономический рост, т.е. усиление защиты прав интеллектуальной собственности приводило к уменьшению ВВП на душу населения. Однако данными авторами была выявлена более сложная корреляция, связанная со способами защиты прав интеллектуальной собственности. Авторы пришли к выводу, что прямого влияния на экономический рост в развивающихся странах защита прав интеллектуальной собственности не оказывает. Но имеет значение способ осуществления указанной защиты прав, например путем увеличения расходов государства на исследования и опытно-конструкторскую работу. Например, темпы экономического роста стран, в которых защита прав интеллектуальной собственности находится на достаточно высоком уровне, определяются экономическими факторами положительно. Однако при увеличении расходов государства на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы с целью усиления защиты прав интеллектуальной собственности, выявлено отрицательное влияние на экономический рост.

Возник вопрос о причинах такого явления. Еще в 2006 году комиссией по научно-технической политике под председательством министра образования и науки была одобрена «Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года». Прорекламированная правительством необходимость создания благоприятного климата для инноваций привела к значительному росту финансирования федеральных целевых программ. Однако реализация полученных результатов интеллектуальной деятельности осуществлялась согласно сложившейся практике: опытно-конструкторские работы, финансируемые из бюджета, в основном проводятся государственными научно-исследовательскими организациями и университетами [2, 217]. Т.е. взаимодействие происходит на уровне государство (в лице государственных заказчиков) – государственный сектор науки (организации РАН, ВУЗы, ФГУПы – исполнители государственных контрак-

тов). И как результат, инновационные проекты, профинансированные государством, остаются невостребованными частным сектором.

В связи с этим, одной из последних инициатив стала инициатива развития государственно-частного партнерства при коммерциализации технологий. Особенность таких проектов – совместное финансирование из средств бюджета и внебюджетных источников, а значит – привлечение бизнеса к участию в отборе проектов.

Таким образом, на основании указанных исследований можно сделать вывод о том, что необходимо учитывать комплексное влияние создания, использования и правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности на экономическое развитие государства.

#### **Список использованных источников**

1. Алексеев М.Ю., Покровский Д.А. Влияние защиты прав на интеллектуальную собственность на темп экономического роста. // XIII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. В 4 кн. Кн. 1. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2012.

2. Воронкина Л.В., Иванова О.В., Рыбакова Л.И. Важнейшие инновационные проекты государственного значения как инструмент коммерциализации научно-технических разработок на принципах частно-государственного партнерства // Наука, инновации, образование. 2008. Вып. 4.

3. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность: монография. М.: Экзамен, 2001.

4. Экономика. Учебник для ВУЗов. 3-е изд., перераб. и доп. / Под. ред. Булатова А.С. М.: Юристъ, 2002.

5. Falvey R., Foster N., Greenaway D. Intellectual Property Rights and Economic Growth // Review of Development Economics. 2006. V.10, No 4.

6. Horii R., Iwaisako T. Economic Growth with Imperfect Protection of Intellectual Property Rights // Journal of Economics. 2007. V.90, No. 1.

*Якимова Е.В.*

*студентка 2 курса магистратуры юридического факультета*

*Научный руководитель: Загоруйко И.Ю.*

*д-р экон. наук, канд. юрид. наук, профессор*

*Пермский государственный национальный исследовательский университет*

*(г. Пермь)*

#### **Подходы к соотношению понятий недвижимая вещь, недвижимое имущество и недвижимость**

Согласно ст. 130 ГК РФ к недвижимым вещам (недвижимое имущество, недвижимость) относятся земельные участки, участки недр и все, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершенного строительства.

К недвижимым вещам относятся также подлежащие государственной регистрации воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты. Законом к недвижимым вещам может быть отнесено и иное имущество.

П. 2 ст. 130 ГК РФ предусматривает, что вещи, не относящиеся к недвижимости, включая деньги и ценные бумаги, признаются движимым имуществом. Регистрация прав на движимые вещи не требуется, кроме случаев, указанных в законе.

В юридической литературе п. 1 ст. 130 ГК РФ подвергается серьезной обоснованной критике ввиду того, что он отождествляет такие гражданско-правовые понятия, как вещи и имущество, которые между собой четко разграничены в ГК РФ, так в содержание понятия имущество включается понятие вещи, т.к. согласно ст. 128 ГК РФ к объектам гражд-



данских прав относятся вещи и иное имущество, в том числе безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, имущественные права.

Козырь О.М., высказывает мнение о том, что российский законодатель использует термин «недвижимое имущество» в качестве синонима «недвижимых вещей» лишь чисто условно, в действительности ограничивая категорию недвижимости только вещами. Характеристика же предприятия как объекта недвижимости (имущественного комплекса) в рамках ст. 130 ГК РФ представляется исключением и вызывает множество вопросов, а потому ориентироваться на этот объект в определении статуса недвижимости является нецелесообразным[3].

Однако смешение понятий имущество и вещь уже было известно нашему гражданскому законодательству и свойственно не только для действующего ГК РФ, так еще Г.Ф. Шершеневич[5]. отмечал, что законодательство не выдерживает терминологии и употребляет слово «имущество» вместо «вещь», а вместо имущества говорит о собственности или об имении. Проблема, отмеченная выдающимся русским правоведом в 1907 г., актуальна в настоящее время. Вместе с тем, законодатель также использует понятие «недвижимость». П.А. Зелюка считает, что употребление законодателем в определении недвижимости наряду с категорией «вещь» категории «имущества» объясняется тем, что таким образом законодатель характеризует недвижимость не только как объект, имеющий материальную оболочку (вещь), но и как совокупность соответствующих прав. При этом П.А. Зелюка считает, что использование данной категории совершенно излишне, поскольку и «вещь», и «имущество» в принципе охватывают названное явление целиком. В свое время понятие «недвижимость», по мнению П.А. Зелюка, призвано указывать на связь с зарубежным законодательством, где деление на движимое и недвижимое является основным. Этим же подчеркивается особое отношение российского законодателя к тем видам объектов, которые перечислены в ст. 130 ГК РФ, выражающиеся в установлении более жесткого правового режима, в частности государственной регистрации[2].

В цивилистике встречается еще мнение, согласно которому «недвижимость» в законодательстве употребляется в двух смыслах: в качестве обобщения для любых недвижимых вещей, в отношении которых требуется регистрация права собственности, и для обозначения комплексов, специально указанных в законе[5].

В целях сохранения и единства используемых в ГК РФ понятий, считаем возможным законодательно разграничить понятие недвижимой вещи и недвижимости, не отождествляя их между собой, и отказаться от законодательного использования понятия недвижимое имущество. В ГК РФ возможно закрепить гражданско-правовую категорию недвижимости, которая будет включать в себя недвижимые вещи и иные объекты гражданских прав. При этом, все недвижимые вещи будут являться недвижимостью, но не вся недвижимость будет подпадать под понятие вещи в «чистом виде», к которому приучила нас цивилистическая наука, так, например, согласно мнению Щенниковой Л.В. [6]., вещь обладает такими признаками, как, во-первых, телесность вещи, т.е. вещь должна существовать в форме физического тела. Объектами вещного права не являются будущие вещи и результаты интеллектуальной деятельности. Во-вторых, доступность вещи субъектам гражданского права. Недоступность бывает двух видов: объективная недоступность, например, воздух, море, космические объекты естественного происхождения и субъективная недоступность, например, живые люди, органы и ткани человека, тела умерших людей. В-третьих, вещь обладает ценностью, т.е. способностью удовлетворять какие-либо потребности субъектов гражданских правоотношений. Таким образом, вещь, как объект гражданских прав, существует в физической форме, доступна для субъектов гражданских правоотношений и цена для них по причине способности удовлетворять материальные или духовные потребности людей.

Следовательно, недвижимая вещь должна иметь все признаки понятия вещь, выработанные юридической наукой и судебной практикой, а также признаки, свойственные именно для недвижимых вещей.

При введении в законодательство понятия недвижимости с составными элементами в виде недвижимой вещи (недвижимых вещей) и иных объектов гражданских прав будет преодолено законодательное противоречие, которое существует в настоящее время и выражается в том, что предприятие, являясь недвижимой вещью, включает в себя права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы, услуги (коммерческое обозначение, товарные знаки, знаки обслуживания) и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором (ст. 132 ГК РФ), в то время, как последние имеют статус самостоятельных объектов гражданских прав, которые даже не входят в категорию имущества.

В виду того, что вещное право имеет преимущество перед правом обязательственным можно предположить, что наличие разных правовых режимов у одного и того же объекта гражданского права (например, когда права требования выступают самостоятельно в гражданском обороте в отношении них действует обязательственное право, а когда они примыкают к недвижимым вещам и входят совместно с ними в содержание понятия недвижимости, на них действует режим вещных прав, свойственный для недвижимых вещей) вполне может быть допустимо и даже необходимо для эффективного гражданского правового регулирования при наличии ряда условий, которые будут четко пописаны в законе. При этом, среди таких условий (критериев) может выступать тесная связь имущества и иных объектов гражданских прав с судьбой недвижимой вещи и их совместная регистрация в качестве единого объекта гражданских прав, который подвластен вещно-правовому режиму регулирования.

Таким образом, подводя итог исследования можно сделать вывод о том, что необходимо в гражданском законодательстве закрепить правовую категорию недвижимости, которая бы не отождествлялась с недвижимыми вещами, а включала их в свой состав, при этом на недвижимость в целом и недвижимые вещи в частности будет распространяться режим вещных прав. В состав недвижимости совместно с недвижимыми вещами входили бы и иные объекты гражданских прав, которые бы в совокупности с ними и создавали такой особый объект гражданского права, как недвижимость, в виду их единой правовой судьбы и тесной связи. Эта тесная связь единства судьбы и преимущество вещных прав над обязательственными способны изменить правовой режим, которому подчиняется объект гражданских прав с обязательственного на вещно-правовое регулирование.

#### **Список использованных источников**

1. Диаковская Н.В. Правовое регулирование прав на недвижимое имущество и сделок с ним: Автореф. дис. канд. юрид. Наук. М., 2003;
2. Зелюка П.А. Понятие и особенности недвижимости как системного элемента объектов гражданских пра// Общество и право. № 4. 2011;
3. Козырь О.М. Недвижимость в новом Гражданском кодексе России// Гражданский кодекс России. Проблемы. Теория. М., 2008;
4. Лапач В.А. Система объектов гражданских прав: Теория и учебная практика// СПб.: Из-во «Юридик.Центр Пресс. 2002;
5. Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права: в 2 т. М., 2005;
6. Щенникова Л.В. Недвижимость: Законодательные формулировки и концептуальные подходы// Росс. Юстиция. № 11. 2003.

## СЕКЦИЯ VIII

### РЕКЛАМА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

---

*Аристов С.В.*

*студент 3 курса экономического факультета*

*Научный руководитель: Лашова С.Н., канд. филол. наук,*

*доцент каф. рекламы, связей с общественностью и гуманитарных дисциплин*

*Пермский институт экономики и финансов*

*(г. Пермь)*

#### **Совершенствование работы с клиентами в рекламном агентстве**

Организация работы любого рекламного агентства начинается с поиска потенциальных клиентов, так как от этого зависит финансовая успешность компании. Каким бы ни было креативным, новаторским агентство, какими бы профессиональными кадрами оно ни обладало, но без хороших, стабильных клиентов оно не может существовать, а в связи с тем, что конкуренция на рекламном рынке велика, на первый план выходит именно работа с клиентами.

Таким образом, целью данной работы является обзор возможных способов работы рекламного агентства с потенциальными клиентами.

Например, в Перми только в направлении BTL (от англ. *below-the-line* – под чертой) – комплекс маркетинговых коммуникаций, включает в себя стимулирование сбыта, мерчандайзинг, POS-материалы, директ мейл, выставки и многое другое.) работают около 60 агентств. Рекламное агентство, как и любое другое предприятие, продает свою продукцию или услуги. Клиентов рекламное агентство приобретает примерно теми же путями, как и любое другое предприятие: по рекомендации, посредством рекламы, по запросам-предложениям, либо благодаря репутации.

Рекомендации.

Большинство рекламных агентств, приобретают клиентов по рекомендации. Один успешно проведенный рекламный проект, может работать как самореклама и привести в агентство новых клиентов, особенно если данный проект активно освещался СМИ. Также крупные компании поддерживают тесные деловые отношения с другими компаниями и могут рекомендовать рекламное агентство как надежного подрядчика.

По этим причинам для агентства крайне важно поддерживать добрые отношения с существующими клиентами, средствами информации, другими агентствами, и они широко практикуют распространение информации о поиске агентством новых заказов.

Активная работа с клиентами.

Агентство может принять решение открыто запросить новые заказы путем: рекламы, рассылки письменных запросов, «равнодушно» обзванивая потенциальных клиентов, следуя предложениям, поступившим из источников в своей сфере деятельности.

Обычно рекламные агентства уделяют мало внимания своей рекламе, часто или не имеют или имеют малоинформативный односторонний сайт, практически не представлены в социальных сетях, пренебрегая ими, и объясняют это, что работают в B2B секторе, забывая о том, что компания – это прежде всего люди, и эти люди ежедневно пользуются Web 2.0.

Рассылка письменных запросов в структуре поиска клиентов наиболее развита в рекламных агентствах, но эффективность их не всегда оправдывает ожидания. Частой ошибкой бывает неправильный контент письма в рассылке: это или небрежно сделанная презентация, или не верный текст письма, при этом значение имеет даже текст темы рассылаемого сообщения, который должен заинтересовать потенциального клиента, иначе письмо будет отправлено в спам. Также большое значение имеет именно адресность

письма, оно должно быть направлено именно конкретному лицу, на его личный ящик, а не на общий ящик, указанный на сайте компании. Поэтому так необходимо осуществлять так называемые «холодные звонки», именно для выяснения контактов конкретного лица ответственного за рекламу, а не для того, чтобы сразу предлагать свои услуги.

В большинство крупных агентств клиентура приходит по рекомендации: от существующих клиентов, от друзей или просто благодаря их репутации. Другие, менее известные агентства, однако, вынуждены практиковать более активный подход, осуществляя поиск новых заказов посредством прямых запросов либо других имеющихся в их распоряжении средств.

Столь важная задача поиска новых клиентов обычно ложится на плечи одного из руководителей агентства, поскольку остальной персонал занят обслуживанием существующих клиентов. Однако в тех случаях, когда потенциальный клиент определен, штатные специалисты могут быть привлечены к организации презентации агентства.

#### Презентации.

В том случае, когда рекламодатель заинтересовался агентством, он может предложить агентству провести презентацию. Она может представлять собой как незамысловатый рассказ о философии агентства, его опыте, составе сотрудников с демонстрациями звукозаписей, так и полномасштабное шоу, насыщенное слайдами, фильмами, образцами рекламных роликов и даже предложениями по проведению определенных кампаний. Но презентация должна быть составлена для конкретного клиента, если клиентом, к примеру, является автомобильная компания, то нет смысла показывать клиенту все осуществленные проекты, даже если они действительно крупные и, казалось бы, заслуживают внимания, клиент, производящий автомобили, не поймет, если ему будут показывать крупные осуществленные проекты для мясокомбината или магазина обуви. Чем конкретней будет проводимая презентация, тем больше шансов на успех.

Большинство солидных агентств противятся проведению подобных презентаций, поскольку они рассматривают такое поведение неэтичным и непрофессиональным в общем плане. Менее крупные агентства считают это необоснованным преимуществом крупных рекламодателей, а крупные агентства предпочитают не вкладывать силы и время в презентации, позволяющие клиенту заполучить их мозги бесплатно. С другой стороны, рекламодатели не одобряют, когда их агентства «тратят» время и силы на организацию презентаций для других клиентов.

Простой факт, часто остающийся незамеченным, заключается в том, что процесс проведения презентации позволяет агентству и клиенту познакомиться и решить, нравятся ли они друг другу. Реклама – это бизнес, основывающийся на человеческих отношениях, а отношения агентства с рекламодателем представляют собой особую форму брака. Но, как и в любом другом браке, здесь должно быть место дружбе, доверию и взаимопониманию.

Немаловажным является и так называемое «ведение клиента», ведь один, даже успешно проведенный проект, не гарантирует, что этот клиент и дальше будет сотрудничать с рекламным агентством. Поэтому для того, чтоб удержать клиента, на первое место уже выходит личное общение с клиентом, понимание, во-первых, психологии человека, а не сухое деловое общение, ведь повторюсь еще раз, что клиент это в первую очередь человек, а уже потом компания, которую он представляет.

#### **Список использованных источников**

##### ***Монографическая литература***

1. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2009. – 222 с.
2. Мудров А.Н. Основы рекламы: учебник. – М.: Инфра-М, Магистр, 2012. – 416 с.
3. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник. – М.: Оникс, 2007. – 556 с.

4. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России: учебное пособие. – СПб. : Питер, 2004. – 377 с..

5. Хапенков, В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие. – М.: Академия. 2012. – 240 с.

#### **Электронные ресурсы**

6. Как использовать социальные медиа в режиме 2.0. // Международный пресс-клуб: PR-библиотека и PR-технологии.

7. URL: [http://pr-club.com/PR\\_Lib/PR\\_Rabots.shtml](http://pr-club.com/PR_Lib/PR_Rabots.shtml)

8. Легкая Л. Практический аспект использования блогов в качестве инструмента PR в сети Интернет. // Международный пресс-клуб: PR-библиотека и PR-технологии.

9. URL: [http://pr-club.com/PR\\_Lib/PR\\_Rabots.shtml](http://pr-club.com/PR_Lib/PR_Rabots.shtml)

**Бабарико Ю.С.**

*студентка 3 курса факультета управления*

*Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления*

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(г. Минск)*

### **Интернет-маркетинг и его место на современном этапе развития общества**

В современных условиях развития общества маркетинг приобрел первостепенное значение в аспекте продвижения и продажи товаров, вследствие чего современному человеку предоставляется огромный выбор продукции, способной удовлетворить его потребности. Таким образом, воздействию маркетинга подвержены все члены нынешнего общества. Однако, следует также принять во внимание факт технологического и информационного ускоренного развития человечества, в результате чего вся наша жизнь неразрывно связана с существующими ныне тесными информационными сетями, а конкретно с глобальной компьютерной сетью Интернет. Поэтому сегодня Интернет активно используется маркетологами для продвижения тех или иных товаров, а также для получения доступа к новым рынкам сбыта продукции.

Итак, Интернет-маркетинг можно определить как способ проведения маркетинговой деятельности с помощью медийной рекламы, контекстной рекламы, поискового маркетинга, продвижения товара в социальных сетях, прямого маркетинга с использованием электронной почты, а также вирусного и партизанского маркетинга[1].

Говоря об Интернет-маркетинге, необходимо упомянуть и об электронном правительстве. Ведь в некоторой степени идея электронного правительства в системе государственного управления схожа с идеей Интернет-маркетинга. Разница между ними состоит в различии предлагаемого товара или услуги. Так в случае электронного правительства в качестве объекта продвижения выступают услуги государства, предлагаемые обществу, а в случае Интернет-маркетинга – любой продукт, предлагаемый той или иной фирмой. Общность электронного правительства и Интернет-маркетинга также может быть заключена и в их моделях. Так, например, как в электронном правительстве, так и в Интернет-маркетинге выделяют такие модели их функционирования как B2B (отношения «бизнес-бизнес»), B2C (отношения «бизнес-потребитель») и B2G (отношения «бизнес-государство»). Модель B2B описывает информационное и экономическое взаимодействие хозяйствующих субъектов. Эта модель связана с потребителем конечной продукции косвенно через оказание одними фирмами другим услуг, необходимых последним для эффективного продвижения своего товара на рынок. Основными задачами B2B-системы могут быть, например, создание тесных и защищенных взаимосвязей между компаниями для более эффективного их функционирования, совместное качественное развитие предприятий, входящих в эту систему. В контексте именно Интернет-маркетинга эта модель может быть

использована через создание и продвижения корпоративных сайтов компаний, создание Интернет-магазинов, разработку и продвижения информационных сайтов фирм, создание брокерских сайтов, посредством работы электронных торговых площадок и т.п. Модель В2С представляет прямое взаимодействие производителя продукции с его потребителями. Такие отношения предполагают сведение к минимуму количества посредников при продвижении товаров. Здесь следует также упомянуть и об отношениях между организацией и правительством (модель В2G), так как государство, наряду с населением, также является крупным потребителем продукции организаций, производящих продукты или услуги. Примером систем, работающих по такой модели, могут служить, например, системы электронных госзакупок, с помощью которых и происходит взаимодействие производителей продукции и государственного аппарата[2].

Основными элементами интернет-маркетинга являются:

- 1) медийная реклама;
- 2) контекстная реклама;
- 3) поисковый маркетинг в целом и SEO в частности;
- 4) SMO и SMM;
- 5) прямой маркетинг с использованием email, RSS и т.п.;
- 6) вирусный маркетинг
- 7) партизанский маркетинг[1].

Медийная реклама представляет собой наиболее простой способ Интернет-рекламы. Это просто размещение рекламы на информационных сайтах в специальных разделах тематических новостей. Контекстная реклама предполагает размещение рекламной информации по типу соответствия на том или ином Интернет-ресурсе или отдельных его страницах. Такая информация представляется в основном в виде текста или графических изображений. Основной ее характеристикой может быть ее ориентация исключительно на потенциального потребителя рекламируемой услуги или товара. Поисковый маркетинг и SEO-технологии представляют собой целый комплекс мероприятий, наличие которого способствует увеличению количества посещений потребителями продукции конкретного Интернет-ресурса с помощью использования схем работы поисковых систем. SMM – социальный медиа маркетинг – способ привлечения клиентов, который активно функционирует в социальных сетях и Интернет-сообществах. Данный способ Интернет-маркетинга в настоящее время считается наиболее эффективным и перспективным в виду присутствия в социальных сетях и Интернет-сообществах большей части населения. SMO – социальная оптимизация сайта – это оптимизация всех компонентов сайта для работы с социальными сетями, блогами и сообществами. Иначе говоря, это деятельность по обработке информации, которой и будет заполнен сайт, работа которого будет направлена на продвижение того или иного продукта. Под прямым маркетингом понимают один из типов маркетинговой коммуникации, направленной на персональное общение с клиентами и потенциальной аудиторией. Он может быть осуществлен путем рассылок сообщений пользователям определенной целевой аудитории посредством email и т.д. Его отличительной чертой является индивидуализированный характер работы с клиентами. Вирусный маркетинг является наиболее ярким и быстрым способом распространения необходимой информации в Интернете. Идея такого маркетинга состоит в том, что реклама должна быть броской, запоминающейся и интересной. Человек, увидев такого рода рекламную информацию захочет передать ее другому человеку, а тот в свою очередь, получив такое сообщение, поверит скорее конкретному человеку, чем абстрактной и неизвестной ему компании. Партизанский маркетинг предполагает использование тех способов рекламы, которые требуют минимальных затрат (написание статей на сайтах и форумах, где в большей степени собирается предполагаемая целевая аудитория)[1].

Следует также принять во внимание тот факт, что идея Интернет-маркетинга может быть использована не только как средство достижения своих целей частными организациями, но и государством. Интернет-маркетинг может быть применен государством в своей

политике посредством создания электронного правительства, что было сказано выше. Однако, любое государство может эффективно использовать Интернет-маркетинг и для развития всей страны в целом. Например, для поднятия конкурентоспособности своих товаров и услуг государственные организации и предприятия могут самостоятельно реализовывать Интернет-маркетинг через создание специальных порталов, сайтов, информационных площадок и т.п. Кроме этого, повысить уровень развития всего механизма хозяйствования в стране можно с помощью грамотной и адекватно построенной нормативной правовой базы, что будет являться единой основой для ведения хозяйства не только для государственных, но и для частных организаций и предприятий. В итоге, будет повышаться как конкурентоспособность отдельных предприятий, так и всей экономики в целом, и, как следствие, может быть улучшено место страны на международной арене.

Таким образом, на современном этапе развития общества активно развивается и используется Интернет-маркетинг. С его помощью, можно установить и укрепить хозяйственные связи «потребитель-производитель», что будет полезным не только для производителей товаров и услуг, но и для всего общества и государства в целом.

#### **Список использованных источников**

1. PRcomm [Электронный ресурс] / PRcomm. – Минск, 2014. – Режим доступа: <http://www.prcomm-spb.ru/internet-marketing.html>. – Дата доступа: 15.02.2014;
2. Блог о маркетинге [Электронный ресурс] / Блог о маркетинге. – Минск, 2014. – Режим доступа: <http://modelmarketinga.ru/teoriya-marketinga/221-biznes-modeli-internet-marketinga.html>. – Дата доступа: 19.02.2014.

*Воскобойникова В.Ю.  
студентка 3 курса факультета управления  
Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(г. Минск)*

#### **Скрытая реклама и ее роль в современном обществе**

Сегодняшний быстро развивающийся и движущийся вперед мир сложно представить без рекламы. Она давно стала его неотъемлемой частью. Она везде, окружает человека где бы он не находился: огромные яркие красочные щиты на улицах города, на экранах телевизоров, которые он смотрит, в автомобиле, когда человек слушает радио, она высыпается из почтовых ящиков в виде листовок. Рекламные сообщения засоряют электронную почту, страницы Интернета наполнены баннерами. Все люди постоянно находятся в плотном информационном поле.

Видов рекламы много. И все они влияют на сознание человека, его выбор. Одни оказываются более эффективными, другие – менее. Наиболее распространенными средствами размещения рекламы на сегодняшний день признаются радио и телевидение. Интернет же является самым быстро развивающимся видом рекламы, т.к. благодаря размещению рекламы в Интернете рекламодатель находит целевых посетителей на свой сайт, т.е. тех, кто действительно готов приобрести его продукт.

Сегодня наряду со становлением информационного общества распространение получила скрытая реклама, одним из видов которой является *продакт плейсмент*.

Продакт плейсмент (англ. Product Placement) – приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах, на иллюстрациях и картинах, имеет реальный коммерческий аналог [1].

На сегодняшний день скрытая реклама является гораздо более эффективной, чем реклама явная, к которой все привыкли. Это связано с тем, что явная реклама очень навязчива, человек ею перенасыщен и когда она, например, начинается по телевизору, люди просто переключают канал. Другой причиной стало то, что постепенно такого рода рекламе перестают доверять, она начинает раздражать, и формируется мнение, что хорошему продукту реклама вообще не нужна.

Однако потребности в товарах и услугах у людей есть и рекламодателю необходимо привлечь их внимание к своему продукту. Самым эффективным способом при игнорировании человеком явной рекламы становится продакт плейсмент.

Продакт плейсмент предполагает демонстрацию самого рекламируемого продукта или его логотипа или же описание его хороших качеств.

Скрытая реклама всегда действует стопроцентно. Если, например, телезритель смотрит какой-либо фильм, и ему очень нравится или же он симпатизирует герою этого фильма, то ему на подсознательном уровне будет нравиться все, что с этим героем связано: машина, в которой он ездит, чай, который пьет, телефон, которым пользуется и т.д. Так можно сформировать у этого человека необходимость в использовании и покупке именно того продукта, которым пользуется любимый герой фильма.

Примером Product Placement могут служить фильмы о Джеймсе Бонде. Скрытая реклама некоторых товаров позволила телезрителям узнать больше о привычках и вкусах агента, параллельно прививая эти же вкусы им. Сейчас большинство людей знают, что Джеймс Бонд водит машины марки BMW, носит часы Omega и костюмы от Brioni, предпочитает водку Finlandia, смешанный, но невзболтанный коктейль из водки с мартини, телефоны марки Ericsson, снегоходы SkiDoo, авиакомпанию British Airways и электронику Philips.

Другим примером может служить российские фильмы «Особенности национальной охоты» и «Особенности национальной рыбалки». В них герои пили водку и ели пельмени только определенных марок и ездили на внедорожнике, не скрывая его производителя.

Главная цель любого рода скрытой рекламы является продажа. Чем выше уровень продаж обеспечивает технология, тем она более эффективна в управлении массовым сознанием и потребительским поведением.

Эффективность продакт плейсмент состоит в том, что она ненавязчива, она спрятана, завуалирована в сюжете и замечаешь ее только на подсознательном уровне.

Следует отметить, что только хорошая скрытая реклама может поднять продажи до высокого уровня. После фильма «Матрица», в котором Нео использовал телефон Nokia 8110, продажи этой модели превысили 8 млн по всему миру. В качестве примера обратного действия product placement можно привести фильм «Это случилось однажды ночью». Герой Кларка Гейбла, собираясь ложиться спать, снимает рубашку, под которой не оказывается майки. В результате объемы продаж мужских маек значительно снизились и, как утверждает статистика, по сей день не вернулись к своему прежнему уровню [2].

Скрытая реклама может быть представлена не только рекламой в фильмах, книгах или телешоу. Это может быть и реклама в Интернете или социальных сетях. Она также носит название вирусной рекламы.

Большинство людей в современном мире пользуются социальными сетями, имеют блоги и общаются в чатах друг с другом. Достаточно хотя бы одному из них посмотреть какой-либо видеоролик, содержащий в себе скрытую рекламу, и этот ролик распространяется по всей сети. Один пользователь размещает такого рода ролик у себя на странице или в блоге или просто передает его своим друзьям в социальных сетях, и далее по цепочке он передается и распространяется по всему Интернету. Причем, этим людям никто не платит за рекламу, они просто делятся интересной и полезной, на их взгляд, информацией друг с другом.

Рекламный эффект удачно запущенного ролика очень большой. О компании или товаре узнает огромное количество потенциальных потребителей.



Каждый человек смотрит ролик по ссылке, присланной его личным знакомым. Он может и не догадываться, что в ролике содержится реклама. Причем, любой видеоролик распространяется вместе с комментариями к нему. Обычно они носят положительный характер, что также оказывает влияние на эффективность рекламы.

Как и в случае с product placement, вирусные ролики – это реклама, нацеленная скорее не на содержание, а на популяризацию. Вирусные ролики в этом отношении даже более эффективны. Это один из лучших способов повысить узнаваемость бренда, улучшить публичный имидж компании [3].

Таким образом, роль скрытой рекламы в современном обществе очень велика. Она позволяет производителям увеличить уровень продаж, сформировать имидж своего продукта у человека. Сам же человек достаточно легко подвергается воздействию хорошо организованной скрытой рекламы.

#### **Список использованных источников**

1. Продакт плейсмент [Электронный ресурс]. – Википедия. Свободная энциклопедия. – 2013. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Продакт-плейсмент>.
2. Скрытая реклама [Электронный ресурс]. – Все о рекламе и PR. – 2010. – Режим доступа: [http://reklasite.ru/articles/skrytaya\\_reklama.html](http://reklasite.ru/articles/skrytaya_reklama.html).
3. Скрытая реклама [Электронный ресурс]. – Умное слово. – 2014. – Режим доступа: <http://www.umnoeslovo.ru/skrytaya-reklama/>.

*Евсейчик Т.В., Кащенко А.К.*

*студентки 3 курса факультета управления*

*Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,  
ст.преподаватель каф теории и практики государственного управления  
Академия Управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

### **Проблемы и перспективы развития брендинга территории Республики Беларусь**

В настоящее время существование ни одного из государств не возможно без взаимодействия друг с другом. В этой связи в современном мире любая страна конкурирует с другой страной за привлечение населения, туристов, инвесторов и т.п. Поскольку на данном этапе развития общества получило свое широкое распространение такое понятие, как глобализация, так же постоянный рост конкуренции, все это привело к тому, что развитие маркетинга территории, бренда самого государства выходит на первый план наряду со многими важными целями и задачами государства. Поэтому все больше стран и городов целенаправленно занимаются маркетингом своих территорий, формированием собственного бренда, которые обуславливают инвестиционную и туристскую привлекательность местности [3. с. 3].

Маркетинг территории может помочь, чтобы нашу родину уважали, чтобы сюда ехали иностранные туристы, чтобы с ней стремились «иметь дело» зарубежные бизнесмены и инвесторы, чтобы учиться, работать, жить в ней было престижно [2, с. 554]. Он позволяет восполнить недостающие материальные и нематериальные ресурсы, а также продемонстрировать сравнительные преимущества территории конкретного государства.

Как же сегодня развивается брендинг территории Республики Беларусь?

Мы называли себя одним из основателей Советской державы, потом одним из виновников распада СССР. Мы числимся в учредителях ООН, утверждаем, что на нашей территории находятся как минимум два географических центра Европы. Нашу страну в мире знают как производителя большегрузной карьерной техники и удобрений. Еще мы любим, когда нас называют толерантным народом.

Но, как оказалось, этого мало. Показать на карте Беларусь по-прежнему сможет далеко не каждый житель дальнего зарубежья. Нас знают или постоянные партнеры, или представители международных организаций, где периодически обсуждается белорусский вопрос.

Конкуренция между странами возрастает по причине того, что они постоянно соревнуются в привлечении талантов и инвестиций, проведении спортивных и культурных мероприятий. Многие страны стали заниматься развитием брендинга территории в связи с какими-либо происходящими в них значимыми событиями. Возможно, для Республики Беларусь отправным пунктом развития брендинга территории стал Чемпионат мира по хоккею 2014. Это привело к тому, что фактически ничего не предприняв, страна оказалась на слуху среди населения многих государств. Но здесь необходимо в первую очередь обратить внимание на ошибки других государств. Так, основная проблема Афин была в том, что они сосредоточились только на проведении самих Олимпийских игр (2004 год), но не рассматривали их как толчок для развития брендинга страны. Теперь очевидно, что ту деятельность по брендингу, которая проводилась до и во время Игр, следовало продолжить и после мероприятия [1, с. 191]. Поэтому важно воспользоваться в дальнейшем этим преимуществом по отношению к другим странам и развивать привлекательность нашей страны в будущем.

На развитие брендинга территории Республики Беларусь оказывает влияние множество других факторов. Важно учитывать, что при создании стратегии бренда государства необходимо учитывать интересы всего населения, поскольку они являются гражданами Беларуси и соответственно будут «жить и дышать» в ее атмосфере. Поэтому удовлетворенность жителей является основным результатом брендинга страны. Без инициативы власти страны, а также проведения ею активных мероприятий брендинг невозможен.

Одной из проблем, с которыми столкнулась Республика Беларусь, является следующая: многие города и регионы страны остаются безликими. Витебск – центр Славянского Базара, Брест – город-герой, Минск – столица Беларуси, а также и промышленный, и научный центр. Но как эти и все остальные города будут себя позиционировать, чем они будут славиться с течением времени неизвестно.

Одним из важных составляющих бренда государства является восприятие внешним миром экспортной продукции страны. Как ранее упоминалось, сейчас к товарам, которые уже сформировали свои бренды, относятся газовые плиты «Гефест», молочная продукция «Савушкин продукт», трактор «Беларусь» и др. Это свидетельствует о том, что одна из составляющих бренда государства (бренд продукции) уже создан, но он требует некоторой доработки. Осуществить ее можно путем отраслевых и региональных объединений, которые бы взяли на себя ответственность за позиционирование и продвижение продукции за рубежом. Позиционирование товара имеет целью обеспечить ему определенное, отличающееся от конкурентных и желаемое для фирмы место в перспективных сегментах рынка и в сознании целевых групп потребителей [2, с. 244].

Одним из направлений развития туристской индустрии в Республике Беларусь является размещение на территории страны объектов санаторного отдыха, баз отдыха, детских лагерей, создание системы сельского туризма. Все это возможно за счет уникального природного комплекса Беларуси: крупнейшие массивы древних лесов, уникальные ландшафты, редкие виды животных и растений – все это привлекает туристов со многих городов, в том числе и из-за рубежа. «Обаяние» белорусской природы значительно помогает в создании бренда страны и привлечении туристов. А это в свою очередь приведет к поступлению в страну больших денежных потоков.

Необходимо учитывать транзитное расположение страны. Развитие брендинга государства с учетом этой составляющей возможно за счет создания производств, которые бы позволили экономить денежные средства на развитие логистики. Это также высокая пропускная способность страны, исходя из которой необходимо развивать придорожную индустрию. Для ее успешного развития необходимо предоставить ряд уступок и льгот для

тех лиц, которые занимаются этой сферой, а также осуществлять государственную поддержку частного предпринимательства.

Таким образом, основными перспективными направлениями развития брендинга территории Республики Беларусь должны стать:

1. Совершенствование имиджа страны в связи с проведением Чемпионата мира по хоккею в мае 2014 года, который позволит повысить привлекательность страны для иностранцев.

2. Инициатива, как со стороны населения, так и со стороны государственных властей. При осуществлении каких-либо мероприятий, связанных с разработкой стратегии брендинга страны должно учитываться мнение граждан. Заниматься разработкой такой стратегии со стороны государства в первую очередь должны Администрация Президента Республики Беларусь, Министерство иностранных дел, Министерство спорта и туризма, отраслевые министерства.

3. Создание крупных отраслевых и региональных объединений и ассоциаций, которые бы взяли на себя функцию позиционирования и продвижения продукции, производимой в стране, на международный рынок.

4. Развитие туристской и придорожной индустрии, что позволит увеличить потоки денежных средств в страну.

5. Создание крупных промышленных центров для экономии материальных и нематериальных ресурсов, а также экономии денежных средств на развитие логистики.

Напрашивается общий вывод, что мировой опыт маркетинга и брендинга территорий уже прошёл первый этап своего развития, появились первые ошибки и результаты. Настало время и для белорусских городов и страны в целом, используя этот опыт, разрабатывать свои имиджевые, брендинговые, маркетинговые стратегии и привлекать к себе таланты, инвестиции, туристов, увеличивая экспорт, делая жизнь людей лучше.

#### **Список использованных источников**

1. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики/ К. Динни – Москва: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – 336 с.
2. Панкрухин, А.П. Маркетинг/ А.П. Панкрухин – Москва: Омега-Л, 2005. – 656 с.
3. Тихонова, Н.С. Брендинг территории и оценки его эффективности: автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук/ Н.С. Тихонова – Санкт-Петербург, 2007. – 20 с.

*Карпеченко А.О., Драчёв Д.Ю.  
студенты 4 курса факультета инновационной подготовки  
Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления  
ст. преподаватель теории и практики государственного управления  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

#### **SMM – продвижение государственных органов и организаций в социальных сетях**

На современном этапе развития общества от роли информации зависит многие аспекты государственного управления и экономики в целом. В мировой истории есть множество примеров того, как под влиянием информации различной природы зависит рост или падение цены на тот или иной товар, зависит репутация отдельных людей или крупнейших транснациональных компаний. Например, братья Ротшильд, зная о поражении Наполеона под Ватерлоо раньше других, сделали целое состояние.

В начале XXI века понятие «информационная безопасность» значительно расширилось: человечество вступило в эру избыточной информационной открытости, исходя из этого определяется важность защиты информации.

Общедоступность различного вида информации стала возможна благодаря распространённости сети Интернет, а именно накапливанию в ней информации. Таким образом, возникают необходимость в разработке эффективных механизмов защиты информации, так как общедоступность информации может привести к негативным последствиям для субъекта данных. В настоящее время не достаточно защищать от утечек только закрытую информацию, но так же становится актуальным и защита открытой информации, из социальных сетей, блогов и так далее.

Человечество шагнуло в эпоху доступности всей «нефильтрованной» информации мира, причем на устройстве размером с ладонь. Никогда в истории человечества такое большое количество людей, как сейчас не имело доступа к такому огромному количеству информации.

Сегодня СМИ оперирует в своей работе двумя взаимодополняющими и взаимопротиворечащими факторами: скоростью и качеством. Имеется ввиду извечная дилемма новостного СМИ: опубликовать новость быстрее, не тратя времени на проверку фактов, или опубликовать её проверенную, со множеством деталей, но с опозданием. Для сравнения обычным пользователям в сети, для написания их блогов или твитов не требуется проверять материал который они могут опубликовать. Во всем мире в «классических» СМИ производится 1 млн. документов в сутки, в то время как генерация публичного пользовательского контента (твиты, посты и комментарии в блогах, форумах, соцсетях, сервисах отзывов) превышает 1 млрд. в сутки, а ежегодный мировой прирост пользовательского контента составляет 25%. Сейчас такое время, когда пару известных блогеров могут за просто поменять отношение людей к той или иной компании, как в лучшую, так и в худшую сторону.

Для примера угрозы репутации, «выброс» недостоверной информации и скорость реакции относительно акции «Всем миром», который 29 сентября 2013 года проводил «Первый канал». Цель акции была побуждать население сделать пожертвования в пользу пострадавших от наводнения на Дальнем Востоке. Сбор средств осуществлялся через SMS и системы электронных платежей. В целом акция прошла успешно, однако отсутствие мониторинга в сети Интернет привело к проблеме, которая не позволила получить максимально возможную сумму пожертвований.

Утром 29 сентября в соцмедиа была опубликована недостоверная информация о том, что сотовые операторы заберут себе половину пожертвований, отправленных через SMS, и эта информация, подхваченная в twitter, инициировала лавинообразное обсуждение в социальных сетях. Это стало одной из основных причин, которые удерживали людей от отправки SMS-сообщений. Пик активности негативных сообщений про акцию наблюдался до 5 часов вечера, а реакция «Первого канала» последовала с опозданием. Только с выходом вечерних новостей в 8 часов вечера «Первый канал» опроверг новости о взимании платы через SMS. Тем самым информационное пространство соцмедиа продемонстрировало свою силу: появление недостоверной информации резко негативно сказалось, как на имидже акции и организаторов, так и на сумме собранных средств.

Для того что бы уберечь свою организацию от недостоверной информации, стоит прибегнуть к ставшему популярным в настоящее время, социальному медиа маркетингу (SMM). SMM – это маркетинг через социальные сети, сайты компаний сюда не относятся. Если раньше компании просто игнорировали то, что о них пишут пользователи в социальной сети, то сейчас, для того что бы выжить, компании просто обязаны выходить в сеть, на территорию их потребителей, и общаться по их правилам, чтобы завоевать доверия. С помощью своих страниц в социальных сетях компании смогут быстро и своевременно подтвердить или опровергнуть какую-либо информацию, что в последствии может сохранить им репутацию.

SMM уже давно доказал свою эффективность для работы коммерческих организаций, но мало кто задумывался о месте SMM в государстве и политике. В частности в политическом пиаре, например, в предвыборной гонке сеть может представить кандидату больше возможностей чем эфирное время, учитывая то, что есть различные сети, для различных возрастных групп. К тому же если в теле- или радиоэфире непосредственно перед выборами наступает день тишины, то на социальные сети это ни в коей мере не распространяется. Конечно, существенным минусом может быть черный пиар, но для быстрого опровержения этого всем политическим деятелям нужно выходить в сеть.

В социальных сетях есть целый ряд преимуществ как перед другими инструментами онлайн-маркетинга (поисковой оптимизацией, контекстной и баннерной рекламой), так и перед традиционными рекламными инструментами (телевизионной и наружной рекламой, BTL, product placement)[1, с. 20]. Например, «сарафанное радио» – пользователи склонны делиться интересной им информацией со своим окружением. И в социальных сетях этот фактор выражен как ни в какой другой среде. При грамотном подходе данная особенность может быть использована для максимально широкого распространения информации. Именно это так называемый вирусный маркетинг – создание привязанных к бренду (в данном случае к политикам или государственным организациям) контента, которые пользователи сами распространяют в своем окружении. Так же к преимуществу маркетинга в социальных сетях относиться таргетинг. Пожалуй, ключевым преимуществом социальных сетей являются максимальные возможности для таргетинга аудитории (то есть фокусировки рекламной кампании на конкретный сегмент целевой аудитории). К тому же ключевыми преимуществами можно так же относиться нерекламный формат и интерактивное взаимодействие. Основной механизм взаимодействия – это общение на актуальные для пользователя темы, отсюда и исходит интерактивное взаимодействие: пользователи могут высказывать свое мнение, спрашивать, участвовать в опросах. В результате происходит более глубокое взаимодействие с целевой аудиторией, нежели в случае с традиционной рекламой.

В случае с целевой аудиторией политики и государственные органы могут делать большой упор на интерактивное общение с молодежью, что является актуальной темой. Молодежь любой страны – это огромная, и самое главное, растущая сила. И делается упор на том, чтобы эта сила содействовала развитию страны, развитию политической системы. Молодежь придает динамику развитию страны, является авангардом и локомотивом позитивных перемен в обществе. Хотя есть и прямо противоположное мнение.

Для государственных организаций сфера применения SMM шире, чем может показаться на первый взгляд. Тем более с активной пропагандой в последнее время электронного правительства, электронного обращения граждан и так далее, политики и государственные организации просто обязаны выходить в сеть, так как интернет коммуникации способствуют поддержанию лояльности населения. Например, авторами данной статьи осуществляется техническая поддержка и сопровождение группы «Абитуриенты Академии управления» в социальной сети ВКонтакте. Сопровождения осуществляется студентами на добровольной основе, что способствует более открытому общению студентов с абитуриентами. В ходе вступительной компании 2013 года, в группу «Абитуриенты Академии управления» вступили более 200 абитуриентов. Учитывая то, что в Академию управления план приема для получения первой ступени высшего образования 320 человек, в группу ВКонтакте вступили более 50% абитуриентов. Так же в Академии управления есть группы ВКонтакте, которые направлены на общения как администрации Академии со студентами, так и групп студенческого самоуправления.

Задача SMM как механизм государственно маркетинга, это привлечение не охваченного до сих пор электората, так и поддержание лояльности существующего. У каждого политического деятеля, или политической партии есть в наличии существующий электорат. У каждой государственной организации есть люди причастные к ней, которые в большинстве своем будут податливы. В определенной степени с этой группой людей

SMM-маркетологам будет проще работать, в отличие от прихотливых клиентов коммерческих организаций. Так же существенным плюсом для государственных деятелей или предприятий является то, что практически каждое достижение или действие освещается СМИ, а значит есть множество поводов войти в связь в социальных сетях с электоратом. К тому же многие люди хотят быть услышаны, а официальные страницы государственных организаций в социальных сетях могут дать такую возможность. Процесс постепенного налаживания обратной связи политиков и государственных органов с электоратом будет способствовать росту кредита доверия и популяризации в общественных массах данных организаций.

### **Использованные источники**

1. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. Первое руководство по маркетингу в соцсетях от российской практики / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.

*Нехайчик А.О.  
студентка 3 курса Института управленческих кадров  
Академии управления при Президенте Республики Беларусь  
Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления,  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

### **PR-технологии в политической сфере**

На современном этапе развития общества взаимодействие политических партий и общественных объединений с общественностью становится важной стратегической задачей. В крупных партиях и общественных организациях создаются и функционируют специальные службы PR.

PR (Public Relations) – это управление людьми при помощи информации.

Политический PR имеет чрезвычайное значение, как в период проведения предвыборных кампаний, так и между выборами: до выборов не бывает много времени. PR политической избирательной кампании, представляет «подводную часть» айсберга и значительно превосходит открытую политическую рекламу и по объёму работ, и по значению [3].

Самым значимым событием политического процесса являются выборы. Для того чтобы принимать в них участие в качестве кандидата, убеждать людей голосовать за свою кандидатуру, необходимо обладать определенными специфическими знаниями и понимать и принимать избирательные технологии.

Здесь на первый план выходят специалисты, сфера компетенции которых связана с PR-деятельностью.

К специфическим особенностям общественных связей в избирательной кампании относятся:

1. Базисным PR-субъектом являются политическая партия (парламентские выборы) или политик (кандидат в президенты, кандидат в депутаты парламента, другого выборного органа власти).
2. В качестве своеобразного «товара» продвигается образ (имидж) политической партии или кандидата.
3. Изучение электоральных ожиданий, ориентация на них является приоритетной в стратегии и тактике кампании.
4. В силу краткосрочности избирательной кампании особую сложность представляет точный выбор целевых аудиторий.
5. Велика роль креативных технологий, позволяющих при минимальных затратах обеспечить максимальный результат.

6. Особо значимым является фактор профессиональной этики, необходимость сохранять баланс между интересами заказчика и общественности, минимизация нечестных приемов предвыборной борьбы [2].

Общие моменты деятельности служб PR, как в органах государственной власти, так и в политических институтах гражданского общества, можно охарактеризовать следующим образом:

- они устанавливают, поддерживают и расширяют связи и контакты с общественностью, с другими субъектами политического процесса, а также их службами PR;
- информируют общественность о политической позиции государства, той или иной политической партии или объединения, разъясняют детали и мотивы принятия тех или иных решений;
- осуществляют социально-политический мониторинг, иными словами, изучают общественное мнение, расстановку политических сил, социально-политические процессы и политическую конъюнктуру;
- отслеживают общественную реакцию на принимаемые действия или политические заявления;
- прогнозируют развитие общественно-политических процессов, возможные последствия принимаемых решений и проводимых акций;
- обеспечивают субъект политики аналитической информацией, в том числе, и рекомендациями по поводу предпочтительности тех или иных форм коммуникации, а также собственно содержания передаваемой информации;
- формируют благоприятный имидж субъекта политики, его структур и лидеров, защищают имидж и осуществляют контрпропагандистские акции [3].

PR-приемы в политике – это комплекс мер при помощи которых PR-специалисты достигают своих коммуникативных целей и выполнения задач, реализуя разработанную PR-стратегию [3].

Современные специалисты в области PR знают множество способов и средств, с помощью которых они способны повлиять на формирование мнения о кандидате в лучшую или худшую сторону, т.е. они занимаются построением имиджа кандидата.

Имидж(от англ. «image» – образ) – достаточно распространенное понятие в психологии, обозначающее сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ.

Подчеркнем, что, во-первых, политический имидж – это сложившийся в массовом сознании образ, в формировании которого решающую роль играют средства массовой информации и массовой коммуникации. Во-вторых, этот образ эмоционально окрашен и имеет характер социального стереотипа, который представляет собой относительно устойчивый и упрощенный образ социального объекта (группы, организации, человека, события, явления), часто складывающийся под воздействием информации, влияющей на представления граждан [4, с.75-76].

Значимость любого политического актора во многом определяется величиной его политического капитала, существенную часть которого составляет поддержка избирателей. Для того чтобы иметь необходимую поддержку, политическому актору необходимо наладить постоянную связь с определенными электоральными группами и активно на них воздействовать. Осуществление этого воздействия происходит как при непосредственном контакте, так и при опосредствованном восприятии через средства массовой информации. При этом конкретный человек (избиратель) воспринимает не сам политический субъект, а его имидж [4, с.77].

Имидж можно направленно формировать, уточнять или переделывать с помощью модификации деятельности, поступков и заявлений социального субъекта. С помощью PR формируется как позитивный, так и негативный имидж. PR-агентства при создании имиджа политическому кандидату опираются на его темперамент, внешность, характер, семью, прошлое. Формирование политического имиджа может быть полностью контроли-

руемым и выстраиваемым по схеме. Приемы могут меняться в зависимости от обстоятельств. Целенаправленное формирование политического имиджа – трудоемкий процесс, который под силу уже не одиночкам, а специализированным PR-агентствам.

Для успешного проведения PR кампании в политике, PR -специалисты применяют особые PR -приемы. PR -приемы должны быть четко спланированы и организованы. Специалисты по PR применяют для каждого отдельного политика разные PR-приемы.

Традиционными PR-приемами в политике являются:

- имидж победителя и аутсайдера;
- ложная популярность;
- долгие переговоры;
- ложная поддержка;
- столкновение (искусственное столкновение двух партий с помощью подставных лиц, событий и так далее);
- выбор без выбора (в прессе искусственно создается образ безвыходности ситуации);
- чрезмерный позитив (в адрес политика высказывается слишком много позитивного переходящего в похвалу).

Также много внимания отводится не только внешнему виду кандидата, но у его умению говорить, правильно выражать свои мысли, уметь отвечать на каверзные вопросы [3].

Большое значение в PR-службах придается спонсорству и меценатству. Так как эти проекты носят ярко выраженный общественный характер и призваны помочь в формировании правильного позитивного представления о партии или политическом деятеле.

Таким образом, политический PR – это управление массовыми коммуникациями, информационными потоками и информационными процессами, это не только создание благоприятной репутации конкретного политика или партии, но и имиджа страны на международной арене. Политический PR имеет чрезвычайное значение, как в период проведения предвыборных кампаний, так и между выборами.

#### **Список использованных источников**

1. Алехин Э.В. Управление общественными отношениями: Методическое пособие. – Пенза: Пенз. гос. ун-т, 2007. – 172 с.
2. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-49536.html?page=7>
3. Никитина, Е. Политический PR как инструмент влияния [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pareto-center.ru/smi-34.html>
4. Юханов, Н.С. PR-технологии и политическое консультирование в российской политике: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. – 175 с.

*Никифорова Д.А., Ларионова А.В.  
студентки 2 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Ключко К.А., канд. филол. наук  
доцент каф. рекламы, связей с общественностью и гуманитарных дисциплин  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

#### **О некоторых методах позиционирования товара**

Реклама – динамичная, быстро трансформирующаяся сфера человеческой деятельности. Многие столетия, являясь постоянной спутницей человека, она изменяется вместе с ним. Характер рекламы, ее содержание и форма претерпевают метаморфозы вместе с развитием производительных сил общества, сменой социально-экономических формаций. Глобальными факторами рекламной «диалектики» являются потребности производства, торговли и финансов, форма государственного правления, цели различных религиозных



конфессий, политиков и простых граждан. Кроме того, реклама справедливо определяется как часть общечеловеческой культуры, которая развивается по своим внутренним законам.

Одним из методов продвижения товара на рынке является позиционирование этого товара.

Позиционированием называется процесс поиска такой рыночной позиции для компании, продукта или услуги, которая будет выгодно отличать ее (его) от положения конкурентов. Позиционирование осуществляется с учетом конкретной целевой группы потребителей, для которой создаются и предлагаются преимущества и уникальность товара. Без ясного представления о том, на что направлена позиция, очень сложно, даже почти невозможно, согласовать решения маркетинга. Определение конкурентного позиционирования часто диктует наиболее эффективные комбинации инструментов маркетинга [2].

Методы позиционирования ищут связь между товаром и потребностями целевой аудитории. Важно, чтобы все маркетинговые коммуникации, базируясь на позиционировании, находились в одном ключе (концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций) и имели единое общее утверждение, смысл и содержание.

Существуют различные методы позиционирования:

1. SWOT-анализ. Сильные стороны – слабые стороны; возможности – угрозы.
2. Метод эмоциональной взаимосвязи. Делает особое ударение на чувствах и ощущениях целевой аудитории.
3. Метод «реестра». Анализируются рекламные послания конкурентов: спонтанные ассоциации (например, нежность, доброта, чувственность); атрибуты (например, низкокалорийный йогурт); преимущества / выгоды (например, излечивает перхоть); территория (например, страна Marlboro); имидж-герой (например, «Финт» – для тех, кто вправду крут).
4. Метод соответствия. Выписываются конкуренты и находятся отличия нашего товара от конкурентных товаров.

После того, как принято решение о том, как рекламируемый товар должен выглядеть в глазах потребителей и будет позиционироваться на рекламном рынке, разработка рекламной кампании переходит на следующую стадию – разработку креативной стратегии [2].

Одним из ключевых элементов рекламной кампании является слоган как способ коммуникации товара, бренда. Отмечается, что слоган бренда, «работает» в коммуникациях на несколько разных целевых аудиторий, которые, как не сложно догадаться, также сильно отличаются друг от друга. Слоган бренда также должен отразить его позиционирование [3].

Слоганы – это отдельный, очень важный вид рекламного искусства. Они не только продают товар и формируют образ компании в головах потребителей. Они становятся частью культурного пласта того времени.

«Слоган» – термин, пришедший в русский язык из английского, первоначально был распространен среди американских рекламистов. Само слово, однако, весьма древнее, происходит из гаэльского языка (sluagh-ghairm), где означало «боевой клич». В современном значении впервые употреблено в 1880 году. Ранее в русском языке вместо слова «слоган» употреблялось слово «лозунг», пришедшее в русский язык из немецкого (losung – «военный пароль») [4].

Приведем несколько интересных фактов о слоганах:

Известный слоган «Евросеть» – цены просто о...ть» выражал ценовое позиционирование компании, но весьма эпатажным образом. В результате рекламной акции под этим слоганом доля «Евросети» на московском рынке дистрибуторов сотовых телефонов выросла с 2 до 5%.

Volkswagen около десяти лет без особого успеха пытался продвигать своего «жука» на рынке США. В Америке тогда ценились мощные, громоздкие, «мужественные» автомо-

били. И немецкий концерн решил сделать упор на то, что малолитражку легче парковать, она экономична и идеально подходит для жены-домохозяйки с ребенком. Эта идея была выражена в слогане «Volkswagen – лучший второй автомобиль для американской семьи». После рекламной кампании «жук» в США начал пользоваться спросом.

Иногда реклама лукавит и несправедливо приукрашивает рекламодателей. Подсчитано и доказано, что реклама работает даже тогда, когда ей не верят или она раздражает.

Рассмотрим ряд слоганов различных компаний. Из всего множества существующих слоганов мы отбирали двухкомпонентные, т.е. такие, которые состоят из двух смысловых частей. Нас заинтересовала структура подобных слоганов. Первая часть описывает предмет, а вторая обозначает какой-либо его признак. Это позволяет быстро и лаконично представить преимущества товара, определить его ключевые свойства. От других типов слоганов они отличаются наличием тире.

- Есть идея – есть IKEA.
- Сделай паузу – скушай Twix.
- Вольному – Volvo.
- В животе ураган – принимай Эспумизан.
- Чистота – чисто Tide .

Как видно из указанных примеров, в качестве первого элемента выступает проблема, либо ее отсутствие, в качестве второго в таком случае фигурирует название рекламируемого товара.

В этих случаях второй элемент дополняет первый, связывает отвлеченное понятие с конкретным товаром. Цель автора слогана заключается в том, чтобы общее понятие воспринималось и ассоциировалось с конкретной характеристикой этого понятия.

Одного слова здесь было бы недостаточно, а если слов будет больше, то и смысл потеряется.

- Майский чай – любимый чай.
- Клинекс – мягкий словно бархат!
- Knorr – вкусен и скорр!
- Gallina Blanca – буль-буль.
- Консервы Green Ray – открыл и съел.
- БМВ – ТРЕТЬЯ. МИРОВАЯ!

В приведенных выше примерах название товара идет в самом начале слогана. Второй элемент просто добавляет его характеристику. Второй компонент позиционирует товар согласно представлениям копирайтера о том, какое этот товар должен иметь «лицо».

- Skittles. Не кисни – на радуге зависни.
- Snickers. Съел – и порядок!
- Эхо Москвы. Слушайте радио, остальное – видимость.
- Коммерсантъ. Для настоящего коммерсанта – 15 лет не срок.

Чаше название товара или бренда добавляется к найденному нами двухкомпонентному слогану. Как видим, непосредственно в самих слоганах название товара не упоминается. Однако принцип остается прежним. Первый компонент определяет условия выполнения действия, который обозначен вторым компонентом.

Как видно из следующих примеров, название бренда может добавляться к слогану в конце.

- Качество – супер. Цена – очень даже! «Астера», магазин.
- Съел банан – спас мир «Bonanza».
- Овальчик – ням! Микояновский мясокомбинат.
- Не теряя времени – теряй годы. «Мирра-Люкс», косметика.

Форма подобных слоганов подразумевает быстрый переход от названия к качеству товара, и наоборот.

Таким образом, мы проанализировали найденные нами слоганы и теоретический материал. Мы можем утверждать, что если реклама – двигатель торговли, то слоганы – это

двигатель рекламы. Емкие и четкие слоганы позволяют продемонстрировать достоинства товара, позиционировать его соответствующим образом. Рассмотренные нами двухкомпонентные слоганы позволяют соединить два ключевых элемента: товар и его качество. Они также позволяют обойтись без лишней информации. Для позиционирования это представляется важной характеристикой.

#### **Список использованных источников**

1. Лучшие слоганы России – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.adme.ru/slogan-153639/luchshie-slogany-rossii-59361/>
2. Центр управления финансами. Позиционирование. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.center-yf.ru/data/Marketologu/Pozicionirovanie.php>
3. Облапохин Н. Позиционирование и креатив в брендинговых решениях. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/columns/opinion/2009/stat27/>
4. Рекламные слоганы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.apphorism.ru/slogan/>
5. Эгертон-Томас К. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://surin.marketolog.biz/positioning.htm>

*Пашкова О.Г.  
студентка 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Лашова С.Н., канд. филол. наук,  
зав. каф. рекламы, связей общественностью и гуманитарных дисциплин  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

#### **Роль связей с общественностью в коммерческой сфере**

Для многих компаний постоянная целенаправленная работа с общественностью и клиентурой (реальной и потенциальной) является одним из основополагающих принципов деятельности, своеобразным видом социально-психологического менеджмента, направленного на продвижение не конкретного продукта или товара, а имиджа организации как таковой, причем, на формально некоммерческой основе.

Высокая актуальность PR в последнее время напрямую связана с «девальвацией» доверия к традиционной рекламе. Опытный и искушенный потенциальный потребитель, боясь быть обманутым, старается не попадать в рекламные ловушки и ищет фирму-партнера, производящую ту или иную услугу (товар), руководствуясь ее общественной или профессиональной репутацией.

Однако становление PR в коммерческой сфере в России произошло сравнительно недавно. Для людей 90-х гг. размытое понятие «связи с общественностью» обладало абсолютно неясными для бизнеса характеристиками и впоследствии стало восприниматься как «связи с журналистами», куда входило написание заказных статей, «скрытая реклама». Однако с точки зрения общепринятых канонов профессии на западе, данные свойства не являются основной задачей PR. В то время и сам бизнес не понимал, зачем пользоваться услугами PR-специалистов и как данные навыки применять на практике. Только по прошествии достаточно длительного времени «связи с общественностью» начали становиться одной из важных сфер деятельности для бизнеса.

Целью данной работы является анализ роли PR в коммерческой сфере.

Прежде, чем мы перейдем непосредственно к этому вопросу, необходимо рассмотреть, как соотносятся два таких понятия, как маркетинг и PR. Об этом в своих работах писали Ф. Котлер и У. Миндак. Где заканчивается маркетинг и начинается PR? И напротив, где кончается PR и начинается маркетинг? Ученые предложили пять разных моделей взаимодействия PR и маркетинга:

1) Раздельные функции: подход, позволяющий судить о том, что маркетинг и PR имеют различные направления деятельности. Маркетинг, как вид деятельности, направлен на удовлетворение нужд и потребностей потребителя с приобретением выгоды для компании. PR нацелен на формирование доброй воли у разных представителей общественности (общественные организации, потребительские объединения, политические партии, средства массовой информации) с целью, чтобы эта общественность обратилась за предоставлением услуги (товара) именно к этой фирме (организации).

2) Различные, но пересекающиеся функции: данная точка зрения состоит в том, что PR и маркетинг являются значимыми, но раздельными функциями, пересекающимися в некоторых сферах. Самое очевидное пересечение состоит в обеспечении известности и узнаваемости товара. Фирма может включить рекламирование товара в функции отдела по маркетингу или отдела PR.

3) Маркетинг является доминирующей функцией: согласно данной точке зрения, PR должен контролироваться маркетингом компании.

4) PR является доминирующей функцией: в данном случае PR осуществляет контроль над маркетингом. Будущее компании в значительной степени зависит от того, как она оценивается потребительской элитой, включающей владельцев акций, общественных лидеров, финансовые и социальные институты и др. Задача компании состоит в максимальном удовлетворении запросов этой общественности.

5) Маркетинг и PR являются схожими функциями: обе эти функции основываются на единой методологии и концепции, маркетинг и PR совместно работают над анализом и формированием потребностей и сегментированием рынка, вырабатывают имиджевые программы и осуществляют управленческий процесс. Нужно отметить, что именно этот рассмотренный подход в настоящее время используется большинством наиболее крупных компаний, которые успешно функционируют на отечественном и зарубежных рынках [2].

Таким образом, основной задачей PR-деятельности является создание репутации компании, повышения степени доверия к компании как среди возможных, так и реальных потребителей, акционеров, инвесторов, а также среди самих сотрудников этой компании. PR включает два важнейших направления деятельности:

**1. Внешний репутационный PR.** Выработка определенного отношения к компании у широких масс (целевой аудитории), акционеров, конкурентов, инвесторов и т.д.

На основе анализа материалов СМИ, анкет и опросов выявляется сложившееся мнение о компании и определяются наиболее уязвимые места. Создается концепция имиджа компании, в соответствии с которой определяются стратегия и средства позиционирования компании среди целевой аудитории [5].

**2. Внутренний PR** направлен на формирование у сотрудников «корпоративного духа», сплоченности коллектива, ощущения надежности компании-работодателя [4].

Одним из основных критериев успешности, стабильности и престижа компании является желание сотрудников в ней работать. Уверенные в завтрашнем дне сотрудники, разделяющие интересы и корпоративную культуру компании – самая лучшая визитная карточка компании [1].

По мнению американских исследователей Т. Питерса и Р. Уотермена [3], компании, которые сформулировали для себя лишь финансовые цели, как правило, не достигают таких финансовых результатов, каких достигают компании с более широким диапазоном ценностных установок. Конкретнее этот более широкий диапазон ценностей можно определить как идеологию компании, ее внутренний и внешний имидж.

Понятие корпоративный имидж, прочно утвердившееся в российском бизнесе и менеджменте, становится актуальным и для предприятий, учреждений образования. Забота об имидже – признак развивающихся организаций, стремящихся обрести своё лицо, ищущих наиболее оптимальные направления своего движения, пытающихся найти гармоничные способы сосуществования с социумом. Значимость имиджа в системе маркетинговых коммуникаций коммерческой организации обусловлена тем, что он оказывает информа-

ционное и эмоционально-психологическое воздействие на внешнюю и внутреннюю среду организации с целью усиления ее экономических и социальных позиций на ранке товаров и услуг. Имидж стимулирует потребительское поведение, приводя к увеличению прибыли; расширяет сферу партнерства, обеспечивая доступ к различным ресурсам: финансовому, информационному, человеческому, материальному. Имидж фирмы является одним из решающих факторов, влияющих на ее конкурентоспособность; маркетинговую позицию; стоимость акций; ценообразование и имидж ее продукции; привлекательность компании как работодателя; качество клиентуры и партнеров, т.е. практически можно отметить влияние имиджа на все сферы жизнедеятельности компании.

Подводя итог, необходимо отметить, что задача внешнего и внутреннего PR как раз и заключается в формировании корпоративного имиджа организации (фирмы), как ключевого фактора, обеспечивающего конкурентоспособность хозяйствующего объекта.

#### **Список использованных источников**

1. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М.: Гном-пресс, 2010. – 280 с.
2. Блажнов Е. Public relations. Приглашение в мир цивилизованных рыночных отношений. М., 2012. – 264 с.
3. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления // Опыт лучших компаний. М.: Прогресс, 1986. – С. 22-23.
4. Сычёв С. В. Открытые методики рекламы и Public Relations. Креативные технологии. Рекламное Измерение Издательство: Триз-Шанс Издано в 2011. – 320 с.
5. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика Издательство: Дело Издано в 2009. – 552 с.

*Сегодник А.А.  
студентка 4 курса факультета инновационной подготовки  
Научный руководитель: Попова Т.Е., ст. преподаватель  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

#### **Роль и влияние рекламы на современное общество**

Реклама в качестве инструмента системы организации массового сбыта является одной из основных движущих сил, которые способствовали повышению жизненного уровня как в нашей стране, так и во всем мире. Популяризируя материальные, социальные и культурные возможности свободного предпринимательства, потребительского общества, реклама стимулирует рост производительности труда как руководящих, так и рядовых работников.

Создавая перед потребителями привлекательную картинку доступных им товаров, реклама направляет их на приобретение.

Предпосылкой появления отдельных элементов рекламной деятельности явилось то, что «homo sapiens», самоутверждаясь в окружавшем его сложном мире, возымел желание обозначить свое место в социальной иерархии, тем или иным образом заявить не только о своем существовании, но и о своих достоинствах, способностях, умениях и профессионализме. С возникновением отношений производства и товарообмена возрастает значение информирования человека о себе как товаропроизводителе, о своем товаре, услугах, их качественных особенностях.

Реклама в современном мире представляет собой сложное социальное явление, далеко шагнувшее за рамки вида трудовой деятельности человека. Она представляет собой не просто бизнес, а значительно более широкое явление, охватывающее или, по меньшей мере, оказывающее влияние почти на все сферы жизни общества, и включает:

- производственную (реклама выступает как орудие сбыта произведенного товара);

- социальную (реклама выполняет коммуникативную функцию, соединяя интересы различных групп общества);
- нравственно-правовую (цивилизованная реклама служит инструментом пропаганды этических и правовых норм в торгово-экономической деятельности);
- культурно-образовательную.

Фактором, оказавшим глобальное влияние на рекламу в последнее время, можно назвать переход общества с технологической на новую информационную стадию развития. Развитые страны Запада уже вступили по существу в новую эпоху – эпоху глобальных информационных процессов. И реклама как ее отражение приобрела и продолжает приобретать новые специфические черты.

Фактором, который окажет исключительно большое влияние на все области жизни человечества, будет научно-технический прогресс. Он вызовет громадные перемены и качественные сдвиги в области производства, маркетинга и соответственно рекламы. Этот же фактор повлияет и на радикальные изменения отношения человека к окружающему миру и самому себе. В массовом сознании сформируется новая шкала ценностей по отношению к предметам потребления. Это в свою очередь будет способствовать радикальным преобразованиям рынка с переориентацией маркетинговых и рекламных служб на удовлетворение конкретных, реальных нужд конкретного потребителя.

О методах воздействия рекламы написано много книг, статей, постоянно ведутся дискуссии по этому вопросу. Можно выделить наиболее общие методы воздействия рекламы на человека. Во-первых, реклама неизбежна, так как телевизор при появлении рекламы обычно люди не выключают, а переключение на другой канал приводит к попаданию на новый рекламный блок.

Во-вторых, реклама – многократна. Принцип «повторение – мать учения» всегда действует безотказно, и рекламодатели об этом хорошо знают. После многократного просмотра даже самого «глупого» ролика мозг безошибочно запоминает его во всех подробностях.

В-третьих, реклама – проста. Реклама делается, как правило, в расчете на самую широкую аудиторию: от маленьких детей до пенсионеров. Поэтому сюжет ее должен быть прост.

Наконец, реклама навязывает свой образ мышления. В этом и заключается главная опасность. На практике для этого существует несколько приемов, самый безобидный из которых – преувеличение достоинств объекта рекламы посредством яркого видеоряда, яркой картинки. Существуют и другие способы – это и выдуманные проблемы, о которых до просмотра рекламы никто не догадывался, и откладывающиеся в подсознании рекламные слоганы, в нужный момент всплывающие в памяти и дающие импульс к покупке, и создание устойчивых ассоциаций какого-то товара с высоким положением его обладателя в обществе или его успешной карьерой. Часто используются незаконные методы повышения эффективности рекламы.

Вышеперечисленные методы могут причинить вред психическому и физическому здоровью человека.

Особенно сильно реклама влияет на молодежь и детей. Даже если ребенок не принимает решение, то он умеет убедить своих родителей в том, что нужно купить. На детей младшего возраста воздействуют образы старших подростков. Они стремятся скорее стать взрослыми, добиться признания и уважения у друзей и родителей.

Положительную реакцию у детей постарше и у подростков вызывают образы кумиров – известных футболистов, актеров или музыкантов, которым они стремятся подражать. Из рекламы дети узнают много нового, начинают лучше ориентироваться в огромном мире товаров, понимают их функции, преимущества и недостатки. Реклама помогает быть модным, находиться «на одной волне» со сверстниками. Часто героем рекламного ролика является преуспевающий человек, положительный герой, на которого хочется быть похожим. А для того, чтобы этого добиться, необходимо думать, к чему-то стремиться, достигать поставленных целей.

Но и минусов у рекламы немало. Иногда продукты, в рекламе которых используется образ подростка, являются не слишком полезными для питания. Родителям бывает трудно доказать это ребенку, приходится уступать под воздействием его настойчивых уговоров и покупать то, что он просит. Нередко реклама делает ребенка более агрессивным и раздражительным. Для этого существует несколько причин.

Во-первых, многие рекламные ролики повторяются слишком часто, прерывают интересные фильмы. Во-вторых, такие товары как горные велосипеды, путешествия, автомобили пока не доступны ребенку, а иметь их хочется. Так как желания и возможности не совпадают, возникает чувство разочарования, а нередко и злости на родителей, которые не могут купить дорогую «игрушку». В-третьих, сама реклама может отличаться агрессивностью.

Как же уберечься современному человеку от негативного влияния рекламы? Методы защиты от воздействия некорректной рекламы существуют:

1) Любой человек должен быть осведомлен о возможности негативного воздействия на него некорректной рекламы;

2) Современный человек должен критически относиться к рекламе и рекламируемому товару (не верить рекламе на слово, хотя бы потому, что люди, играющие в рекламе, на самом деле или актеры или специально приглашены для съемки).

Таким образом, мы видим, что реклама небезразлична людям, к которым она и обращена. Мы реагируем на нее по-разному: негативно, с интересом, с равнодушием, а она делает свое главное дело – привлекает наше внимание к себе, проникает в наше сознание, закрепляется в памяти, а значит, способствует запоминанию товара, который она рекламирует, и вызывает интерес к нему. А вот уж верить или не верить рекламе, и какие товары и услуги выбирать – личное дело каждого. Реклама не заставляет, она лишь помогает сориентироваться в огромном мире товаров и услуг.

Итак, реклама: ее можно ругать, ее можно хвалить, ее можно любить, можно ее и ненавидеть. Но нельзя отрицать ее существование, нельзя ее не замечать. Она есть, и ее влияние на нас отрицать невозможно. Реклама, обязательный атрибут экономики, не только рыночной, где она сопутствует конкурентной борьбе компаний за «место под солнцем».

Какой бы реклама ни была, нельзя забывать, что она не существует сама по себе. Реклама всего лишь инструмент рынка. По существу, она предоставляет возможность продавать потенциальному потребителю сообщение об изделии или услуги. В основе рекламы – информация и убеждение. Она играет ключевую роль в развитии экономики и является ее важным элементом. Эта отрасль, которая откликается на запросы и настроения общества, и, следовательно, согласуется с состоянием общества и его стандартами. Она стремится быть в гармонии с взглядами и мнениями членов общества, и рекламодатели должны стараться, чтобы реклама не противоречила своему прямому назначению. И, конечно же, реклама не должна приносить вред обществу, она должна нести в себе достоверную информацию, только тогда отношение общества к рекламе изменится в лучшую сторону[1].

#### **Список использованных источников**

1. Земсков С. Социальная реклама как коммуникационный ресурс управления. // Власть, – 2009. – № 10 – С. 42
2. Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э. «История российской рекламы», – М., ИМА-пресс, 2002
3. Серегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе. Учеб.пособие. – М., 2009.
4. Денисон Делл., Таби Линда. Учебник по рекламе. М., 2007.
5. И.Я. Рожков. Международное рекламное дело. Издательское объединение ЮНИТИ «Банки и биржи». – М., 1994.

*Сорока Е.А.*  
*студентка 3 курса факультета управления*  
*Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления*  
*ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления,*  
*Академия управления при президенте Республики Беларусь*  
*(Минск, Беларусь)*

### **Реклама в современном обществе**

Жизнь современного общества сложно представить без рекламы. Реклама – динамичная, быстро изменяющаяся сфера человеческой деятельности. Содержание рекламы, её характер и форма испытывают существенные изменения вместе с развитием производительных сил общества, сменой социально-экономических стадий. Роль рекламы в современном обществе не ограничивается ни рамками коммерческих коммуникаций, ни даже всей рыночной деятельностью. Сегодня значение рекламы возрастает почти во всех областях общественной жизни.

Нельзя не отметить её значительную экономическую, идеологическую, общественную и другие роли. Рассмотрим каждую из них:

1. Экономическая роль рекламы заключается в том, что она налаживает связь между производителями и потребителями, повышает конкуренцию, способствует расширению рынков сбыта, рабочих мест, причём это касается как непосредственно рекламного бизнеса, так и других отраслей экономики, которые им обслуживаются. В журнале «Newsweek» было отмечено следующее: «Хорошая реклама не только информирует. Она продаёт. Она помогает продвинуть продукт и сохранять бизнес. Каждый раз, когда реклама пробуждает интерес потребителя, достаточный для того, чтобы он закончился покупкой, она укрепляет положение компании. А значит, помогает сберечь рабочие места тех, кто в ней работает» [2, с. 27].

2. Общественная (социальная) роль рекламы включает в себя пропаганду здорового образа жизни, помощь незащищённым слоям населения, борьба с преступностью

3. Идеологическая роль заключается в формировании мировоззрения населения. Современный американский социолог Джанкарло Буззи по этому поводу отметил: «Рекламное сообщение пытается унифицировать взгляды и поведение, обслуживая определённую идеологию... Реклама – всегда инструмент политики, который используется или для консервации, или для создания общества с определёнными характеристиками. Для того чтобы судить о рекламе, необходимо обратиться к идеологии или же социальной морали, которые стоят за рекламой и которым она более или менее верно служит» [4, с. 112].

4. Образовательная роль. Из рекламы люди могут извлечь разнообразную информацию. Американский писатель Э. Доктороу отметил: «Каждый обращает внимание на рекламу. Это современная школа, люди. Менее чем за минуту телевизионная реклама прокрутит перед вами целую жизнь. Покажет ребёнка, дом, автомобили, вручение дипломов... Расскажет, какой ты солидный и каким ты мог стать. Реклама – это обучающая единица» [1, с. 54].

5. Что касается психологической роли рекламы, то здесь уместно вспомнить слова Эриха Фромма: «Реклама апеллирует не к разуму, а к чувствам; как любое гипнотизирующее влияние, оно пытается влиять на свои объекты интеллектуально. В такой рекламе появляется элемент мечты воздушного замка, и за счёт этого оно приносит человеку определённое удовольствие (типа кино), но в то же время усиливает его чувство незначительности и бессилия» [3, с. 78].

6. Эстетическая роль рекламы: лучшие рекламные обращения, изображённые на рекламных щитах, вывесках, и плакатах, написанные великими художниками, можно считать шедеврами искусства. Например, с рекламы начинали свой творческий путь в большой кинематограф такие всемирно известные кинорежиссёры, как Джеймс Камерон, Дэвид Финчер, Люк Бессон и другие.



Однако необходимо отметить негативное влияние рекламы. Многих людей раздражают рекламные ролики, которые появляются среди любимой телепередачи или повторяются по 100 раз. Однако, воздействуя, таким образом, люди не осознанно сами начинают выбирать те или иные, рекламируемые продукты. Реклама играет очень большую роль в жизни людей и оказывает большое влияние на их мировоззрение и поведение. По мнению медиков, реклама спиртных напитков способствует росту потребления алкоголя среди подростков.

Особенно сильно реклама влияет на молодежь и детей. Дети являются «лакомым кусочком» для многих производителей и рекламодателей. Даже если ребенок не может совершить покупку сам, он умеет убедить родителей, в том, что нужно купить. Причем около 50% этих просьб выполняется. По этой причине в семье могут возникнуть конфликты: ребенок просит и даже требует то, что видел в рекламе, а родители не могут или не хотят выполнить его желание. Реклама оказывает негативное влияние на развитие личности. Детям навязываются идеалы, которые далеки от реальности. Сознание ребенка превращается в хранилище стереотипов.

Реклама влияет на детей не только психологически, но и физиологически. Когда ребенок смотрит рекламные ролики он неподвижно сидит или лежит. Такая гиподинамия приводит к замедлению обмена веществ в организме, что приводит к накоплению жиров. Вместо того, что бы бегать и прыгать, тем самым терять калории, ребенок наоборот их накапливает. Особенно, когда за телевизором проходит завтрак, обед и ужин. Глядя в экран, ребенок может съесть больше, чем ему необходимо. Отсюда возникают проблемы с лишним весом и расстройство желудочно-кишечного тракта с раннего возраста. Кроме того, реклама предлагает маленькому потребителю, далеко не самые полезные продукты, которые в свою очередь тоже не прибавляет ему здоровья.

Чтобы уберечься от негативного влияния рекламы необходимо:

- любой человек должен быть осведомлен о возможном негативном влиянии рекламы;
- современный человек должен относиться критически как к рекламе, так и к самому рекламному продукту (не верить рекламе на слово).

Рекламу можно ругать или хвалить, любить или ненавидеть. Но нельзя отрицать её существования. Она есть, и избежать ее влияния на нас невозможно. Реклама – необходимый атрибут экономики. Она помогает потребителю принять решение о покупке, обеспечивая его информацией о товаре. Но это решение будет положительным и эффективным, и не принесет вред обществу, только, если реклама будет содержать достоверную информацию.

#### **Список использованных источников**

1. Айзенберг, М.Н. Менеджмент рекламы / М.Н. Айзенберг. – М. : ТОО «ИнтелТех», 1993. – 80 с.
2. Казаков, В.Ю. Реклама-путь к бизнесу и успеху: Пособие предпринимателю / В.Ю. Казаков. – СПб. : СТЕН-КУБиК, 1993. – 50 с
3. Лебедев, А.Н. Экспериментальная психология в российской рекламе / А.Н. Лебедев. – М. : Изд. центр «Академия», 1995. – 135 с.
4. Уткин Э.А. Рекламное дело: Учебник / Э.А. Уткин. – М.: Ассоц. авт. и изд. «Тандем»: ЭКМОС, 1997. – 271 с.

### **Социальное партнёрство как условие повышения качества подготовки будущих специалистов**

В научно-педагогической литературе представлены три точки зрения на определение понятия «социальное партнерство в профессиональном образовании», отличающиеся в зависимости от того, кто является субъектом социального партнерства. Одни авторы сводят социальное партнерство к взаимодействию техникума исключительно только с работодателями. Другие исследователи рассматривают социальное партнерство как взаимодействие учебного заведения с внешними по отношению к нему субъектами рынка труда (органы местной власти, общественные организации, система образования и другие). Третьи рассматривают социальное партнерство как взаимодействие учебного заведения не только с субъектами рынка труда, но и субъектами образовательного процесса (преподаватели, студенты, обслуживающий персонал, структурные подразделения учебного заведения и другие). Ведущими признаками, характеризующими понятие «социальное партнерство», являются: конструктивное взаимодействие учебного заведения с субъектами рынка труда и рынка образовательных услуг; ориентация на удовлетворение интересов всех взаимодействующих сторон.

Социальное партнёрство в системе профессионального образования – это важный элемент в формировании современного подхода к профессиональному образованию, показатель реальной заинтересованности общества в его дальнейшем развитии в целях повышения благосостояния и конкурентоспособности государства. Это – обязательное условие успешной деятельности образовательного учреждения профессионального образования, основанное на системе отношений образовательных учреждений с предприятиями, субъектами и институтами рынка труда, государственными и местными органами власти, общественными организациями на основе влияния, согласования и реализации интересов всех участников этих отношений.

Цель социального партнерства для техникума заключается в том, чтобы использовать механизм социального партнерства для максимально успешного решения основной задачи учебного заведения, его главного интереса – подготовки специалиста-выпускника, отвечающего требованиям к качеству его подготовленности со стороны потребителей-работодателей, студентов, родителей и др.

Достижение этой цели предполагает решение следующих задач: выявление интересов и потребностей социальных партнеров; формирование в учебном заведении установки на удовлетворение не только интересов самого учебного заведения, но и потребностей социальных партнеров; поиск адекватных форм и методов взаимодействия с социальными партнерами на различных этапах подготовки специалиста; обеспечение открытости учебного заведения для всех социальных партнеров и др.

Главным социальным партнёром выступает само государство, которое определяет политику в области образования. Разработку законов и нормативных актов, способствующие развитию образования, оно поручило государственным органам управления, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Так, например, в 2013 году принят новый Закон об образовании; в техникуме действуют новые ФГОСы. Эти же органы осуществляют финансирование ОУ, определяют контрольные цифры приёма в техникум, вовлекают образовательное учреждение в сотрудничество с работодателями через участие в конференциях, совещаниях, выставках, иннопроме, в 2013 году техникум принял участие в Евразии. Политика государства, основанная на включение профессионального государства в систему базовых приоритетов социально-экономического развития, должна быть ориентирована и на решение таких ключевых задач, как:

- создание условий для развития реального сектора экономики, как основного институционального субъекта рынка труда, формирующего профессионально-квалификационную структуру спроса на рабочую силу;

- формирование нормативно-правовой базы для нового типа взаимодействия образовательных учреждений с работодателями, способствующей удовлетворению основных интересов обеих сторон на взаимовыгодной основе;

- усиление прозрачности информационных потоков о ситуации на рынке труда и образовательных услуг, широкое информирование населения о профессиональной и квалификационной структуре спроса, прогнозе основных макроэкономических показателей рынка труда, проблемах трудоустройства выпускников, рейтинге образовательных учреждений СПО и т.д.;

- оптимизация государственной налоговой политики, нацеливающей предприятия на проведение активных программ по переподготовке и повышению квалификации своих кадров. Принятие положений об исключении из налогооблагаемой базы всех видов издержек, связанных с обучением персонала;

- создание условий для формирования реальной конкурентной среды для всех без исключения образовательных учреждений, независимо от их формы собственности и административной подчинённости. Прозрачность в распределении и использовании бюджетных средств, оптимизация межбюджетных отношений.

Органы местного самоуправления привлекают к сотрудничеству различные категории социальных партнёров: средства массовой информации, издательства, через которые информируют население о спросе на определённые профессии на рынке труда, о жизни профессиональных ОУ; центром занятости населения, а также финансируют подготовку и переподготовку специалистов. В техникуме постоянно проходят курсы по повышению квалификации по профессиям «Продавец гастрономических и молочных товаров», «Повар, кондитер» 3, 4, 5 разрядов. Важнейшими социальными партнёрами являются работодатели, которые имеют экономическую заинтересованность в выпускниках учреждений профессионального образования. (ОАО «Серовский металлургический завод», ООО «ВК-Медиа», ОАО «Серовский городской молочный завод», ОАО «Старый хлебозавод», так же бюджетные организации, такие как детские сады и школы). Распространёнными формами работы являются привлечение работодателей к участию в процессе обучения и оценке качества образовательных услуг, проводится анкетирование работодателей, на основании которого составлен перечень требований к профессиональной подготовке выпускников техникума, при непосредственном участии работодателей: были разработаны производственные характеристики по профессии, работодатели привлекаются для проведения экспертизы профессиональных образовательных программ и профессиональных модулей.

В современных условиях в подготовку специалистов на первый план выдвигается не готовый набор профессиональных навыков, а деятельностно-организационная способность человека «расти» в профессии, его умение анализировать свой профессиональный уровень. Педагогами техникума при участии работодателей широко используются в учебном процессе практико-ориентированные методы обучения: решение конкретных практических ситуаций, моделирование проблемных ситуаций будущей специальности, производственных задач, составление проектов по конкретной производственной тематике. Работодатели предоставляют места производственной и преддипломной практики обучающимся, содействуют трудоустройству выпускников. Представители работодателей ежегодно проводят контроль качества подготовки выпускников техникума путём участия в работе государственных аттестационных комиссий при проведении итоговой государственной аттестации выпускников.

Для мастеров производственного обучения и преподавателей специальных дисциплин организована регулярная стажировка на конкретных рабочих местах (как правило, это сетевые магазины или крупные организации общественного питания). Мастера производственного обучения совместно с работодателями принимают участие в выставках (Иннопром, Евразия).

Наряду с имеющимся опытом сотрудничества с работодателями впереди предстоит решить много задач по активизации этого направления социального партнёрства:

- привлечение работодателей к созданию отдела сертификации для проведения независимой экспертизы компетенций выпускников техникума;
- совместное участие мастеров техникума с работодателями в конкурсах;
- более широкое участие работодателей в учебном процессе: организация уроков на рабочем месте; участие в организации воспитательно-образовательного процесса (встречи, экскурсии и т.д.)
- участие работодателей в конференциях по итогам практики;
- определение тематики курсовых работ, определённых работодателями как значимые с практико-ориентированной направленностью.

В настоящее время в техникуме сформирована рабочая группа под руководством зам. директора по профессиональному обучению, которая занимается разработкой комплексной программы развития социального партнёрства.

Формирование системы социального партнёрства в современных социально-экономических условиях – достаточно длительный и сложный, но необходимый процесс. Эффективное социальное партнёрство позволяет преодолеть диспропорции рынка труда с точки зрения спроса и предложения умений, компетенций и квалификаций, что повышает возможности трудоустройства выпускников и эффективной реализации их потенциала, а также содействует целям регионального развития и формированию рабочей силы, востребованной регионом.

#### **Список использованных источников**

1. Борисова Г., Иванова С. Социальное партнерство как инструмент региональной образовательной политики //Новые.-2002, №1. –С. 27-32.
2. Грибанов В.И. Качество профобразования – основа социального партнерства // Профессиональное образование 2001.- №12.-С. 18-20
3. Жуковский И., Жуковская А. Образовательное партнерство: поиск новых путей // Учитель. – 2002. – 2002. №1. – С. 52-55
4. Профессиональное развитие педагога в системе постдипломного образования: Материалы IX областной научно-практической конференции 27-29 ноября 2001 года / Под ред. Н. С. Рыбакова. – Псков: ПОИПКРО. Ч. 1. -2002.- 210с.
5. Создание системы социального партнерства в профессиональном образовании: Пособие для работников профессионального образования.- Санкт – Петербург, 2000. – 34с.
6. Темник В. В. Социальное партнерство как фактор повышения качества профобразования // Профессиональное образование. – 2002. – №5.- С. 2-4
7. Якимец В. Проблемы социального партнерства в России //Новые знания. – 2001. – №3. – С.43-45

**Чудова О.И.**

*студентка 3 курса экономического факультета*

*Научный руководитель: Зыкова Н.А.*

*ст. преподаватель каф. рекламы, связей с общественностью и гуманитарных дисциплин*

*Пермский институт экономики и финансов*

*(г. Пермь)*

#### **Особенности организации креативной деятельности рекламного агентства**

Термин «креативность» (от английского creative – «творческий») стал употребляться внутри рекламного мира для обозначения творческой составляющей рекламной коммуникации. Креативность – это, прежде всего, способность взглянуть на вещи с необычной точки зрения, увидеть в привычных предметах неоткрытые свойства, рассказать об обычном уникальным языком.

У современной рекламы много форм, видов, целей, средств, методов, функций, задач и качеств. Актуальность темы связана с тем, что рекламная деятельность в своей основе – это деятельность творческая. Сделать рекламу эффективной может только грамотная и четкая организация творческого процесса.

Но, к сожалению, далеко не о всякой рекламе можно сказать: «это креативно» или хотя бы «это интересно». Можно наблюдать некий социальный феномен: реклама как отрасль интересует всех, но все дружно переключают телеканал, когда начинается рекламный блок. Можно сделать вывод: люди чувствуют, какой огромный потенциал таится в рекламном способе коммуникации, и одновременно видят, как мало он на настоящий момент используется.

Именно креатив делает рекламу интересной потребителю, устанавливает с ним коммуникацию от лица бренда, а уж затем потребитель проявляет интерес к самому бренду. Следует показывать людям не то, что нравится производителю продукта, а то, что понравится потенциальным потребителям. Бренды борются за умы потребителей, но делать это надо так, чтобы потребитель думал, что его развлекают. Для этого создаются ролики, фотографии, истории и музыкальные джинглы. Для этого в рекламном агентстве и существует креативный департамент/отдел.

Креативный отдел – неотъемлемая часть единого организма рекламного агентства. Он играет важную роль в привлечении новых клиентов и сохранении старых. Именно в креативном отделе желание заказчика продвигать свой бренд на рынке материализуется в видеоролики, цветные биллборды, журнальные страницы и другие рекламные материалы, по которым потребители и будут строить своё восприятие бренда.

Креативность как свойство мышления присуща многим людям в той или иной степени. Но для того, чтобы строить на этом свойстве свою профессиональную карьеру, подобный тип мышления должен быть преобладающим. Опыт показывает, что процент людей, для которых работа в креативной сфере является призванием, невелик: 10-15% от тех, кто пытался начинать [2]. Здесь не лучшим образом сказывается своеобразная мода на креативность: в настоящее время большое количество людей стремится найти себя в сфере рекламы не потому, что обнаруживают определенные способности, а лишь руководствуясь желанием быть причастным к актуальной деятельности, пользующейся уважением.

Организация креативной деятельности в рекламном агентстве имеет свои особенности. Творческая работа над проектом – это живой процесс, структура которого диктуется в главной мере креативной задачей, а уж потом формальной стороной работы.

В начале работы над проектом экаунт-менеджер пишет документ, называемый креативным брифом (от английского Creative Brief). Креативный бриф является открытым документом, доступ к которому возможен как для сотрудников агентства, так и для клиента.

Особенно важно обращать внимание на то, какое предложение делается целевой группе, так называемое The Single Minded Proposition. Это предложение вырабатывается, исходя из анализа особенностей целевой группы, конкурентного окружения и достоинств рекламируемого бренда и в дальнейшем будет переведено на язык рекламных обращений. Цель работы над формулировкой предложения при написании брифа – найти нечто, что даст возможность дифференцировать наш бренд от конкурентов, обеспечить его приемлемость и желанность для потенциальных потребителей. Найти и сформулировать подобное предложение – творческая деятельность, к которой должны быть способны экаунт-менеджеры.

Для того чтобы креатив был успешен, он должен быть нацелен на группу населения, объединённую общими ценностями, специфическим языком, возрастом и укладом. Для определения целевой аудитории проводятся исследования возрастных, социальных характеристик группы потребителей, данных о доходах и потреблении бренда и других брендов, способах проведения свободного времени и т.д., в общем, исследуются все сведения, которые могут оказать влияние на будущую коммуникацию. Специалисты отмечают, что чем уже определена целевая аудитория в креативном брифе, тем выше результат творческой работы, тем успешнее реклама [3].

В современных условиях, когда предложение товаров и услуг настолько множественно, а различия в качестве, цене и потребительских свойствах столь мало, что найти действительно уникальные характеристики практически невозможно, на смену уникальным продуктовым свойствам товаров приходят уникальные эмоциональные предложения. Только профессионально выстроенная креативная стратегия в состоянии дифференцировать бренд от конкурентов, сделать его образ более желанным, сделать его лидером в долгосрочном плане. Основное предложение, которое делается целевой аудитории, должно строиться не на мнимых особенностях, а на уникальном эмоциональном обещании, обещании, которое не похоже на обещания других брендов.

Следует отметить, что сотрудники креативного отдела являются участниками бизнес-процесса, и поэтому успех зависит не только от качества предоставляемого материала, но и от сроков выполнения работ. Срок сдачи творческого проекта находится в прямой связи с производственным процессом, планированием и закупкой медиа-ресурсов и, наконец, дистрибуцией товаров и циркуляцией капиталов клиента. Таким образом, задержка креативных решений может повлечь за собой крупные финансовые потери. Следовательно, творческий результат должен не только быть качественным, но и выполненным строго в поставленный срок.

Таким образом, особенностью управления креативным отделом можно считать сочетание администрирования и креативного менеджмента. Иными словами, рекламный менеджмент основывается на их сочетании, достижении оптимального соотношения, так как, с одной стороны, увлечение прямым администрированием может сказаться на результативности творческой работы, с другой – забота о качестве творческой работы должна сочетаться с контролем за сроками исполнения. Поэтому основной принцип креативного менеджмента в рекламном бизнесе можно сформулировать следующим образом: управление творческой работой должно быть гибким по организации, но жестким в отношении качества и контроля сроков исполнения. Учет этих обстоятельств важен для налаживания эффективных взаимоотношений между рекламодателем и агентством, устранения препятствий на пути плодотворного сотрудничества.

#### **Список использованных источников**

1. Глушакова, Т.И. Креативное мышление в рекламе и что ему способствует [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/creative\\_mind.htm?printversion](http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/creative_mind.htm?printversion)
2. Джулер, А. Креативные стратегии в рекламе / А.Д. Джулер, Б.Л. Дрюниани; [Пер. с англ. Т. Виноградовой, Л. Царук, ред. Ю Каптеревский. – 7-е изд., – СПб.: Питер, 2002. – 384 с.
3. Пономарева, А.М. Основы рекламной деятельности. Организация, планирование, оценка эффективности. / А.М. Пономарева. – М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2010. – 192 с.
4. Степанов, С. Как ты захочешь. Основы креативной работы в рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advlab.ru/articles/article249.htm>
5. Ткаченко, Н.В., Ткаченко, О.Н. Креативная реклама. Технологии проектирования: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 336 с.

## СЕКЦИЯ IX

### НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

---

*Бахрамов Ш.Т.*

*студент 4 курса*

*специальность «Прикладная информатика»*

*Научный руководитель: Батуева Н.В., преподаватель*

*Финансово-экономический колледж*

*(г. Пермь)*

#### **Использование технологий Microsoft Visio для решения задач моделирования на предприятии**

Компьютеры и информационно-коммуникационные технологии являются мощным инструментом повышения эффективности труда практически в любой сфере деятельности человека, практически на любом предприятии, в том числе и машиностроительном. Интерес к компьютерным технологиям, как со стороны отдельного специалиста, так и всей отрасли в целом позволяет этой отрасли очень быстро развиваться и совершенствоваться.

Основной смысл моделирования заключается в том, чтобы по результатам опытов с моделями можно было дать необходимые ответы о характере моделируемого объекта, процесса или явления в реальных условиях. В настоящее время моделирование во всех науках является одним из научных методов исследования процессов и явлений. [1]

Моделирование применяется тогда, когда реальный эксперимент по каким-либо причинам невозможен или затруднен, например, при изучении явлений, протекающих в течение десятков лет, либо удаленных в пространстве. Моделирование дает ускорение, удешевление, упрощение и любое другое усовершенствование процесса исследования, достигаемого за счет работы с более простым объектом, чем исходный, то есть с моделью. С другой стороны, упрощение действительности в некоторых случаях является недостатком моделирования, и полученные результаты часто теряют практическую ценность. [2]

Компьютерное моделирование, возникшее как одно из направлений математического моделирования, с развитием информационных компьютерных технологий стало самостоятельной и важной областью применения компьютеров. В настоящее время компьютерное моделирование в научных и практических исследованиях является одним из основных методов познания. Без компьютерного моделирования сейчас невозможно решение крупных производственных задач.

Компьютерная модель – представление информации о моделируемом объекте, системе, процессе или явлении средствами компьютера. Компьютерная модель описывает функционирование отдельных частей системы и правила взаимодействия между ними.

В настоящее время, когда компьютерная промышленность, предлагает разнообразнейшие средства моделирования, любой квалифицированный инженер, технолог или менеджер должен уметь уже не просто моделировать сложные объекты, а моделировать их с помощью современных технологий, реализованных в форме графических сред или пакетов визуального моделирования (рисунок 1), позволяющие создавать многоуровневые структурные модели исследуемых объектов в графических терминах.

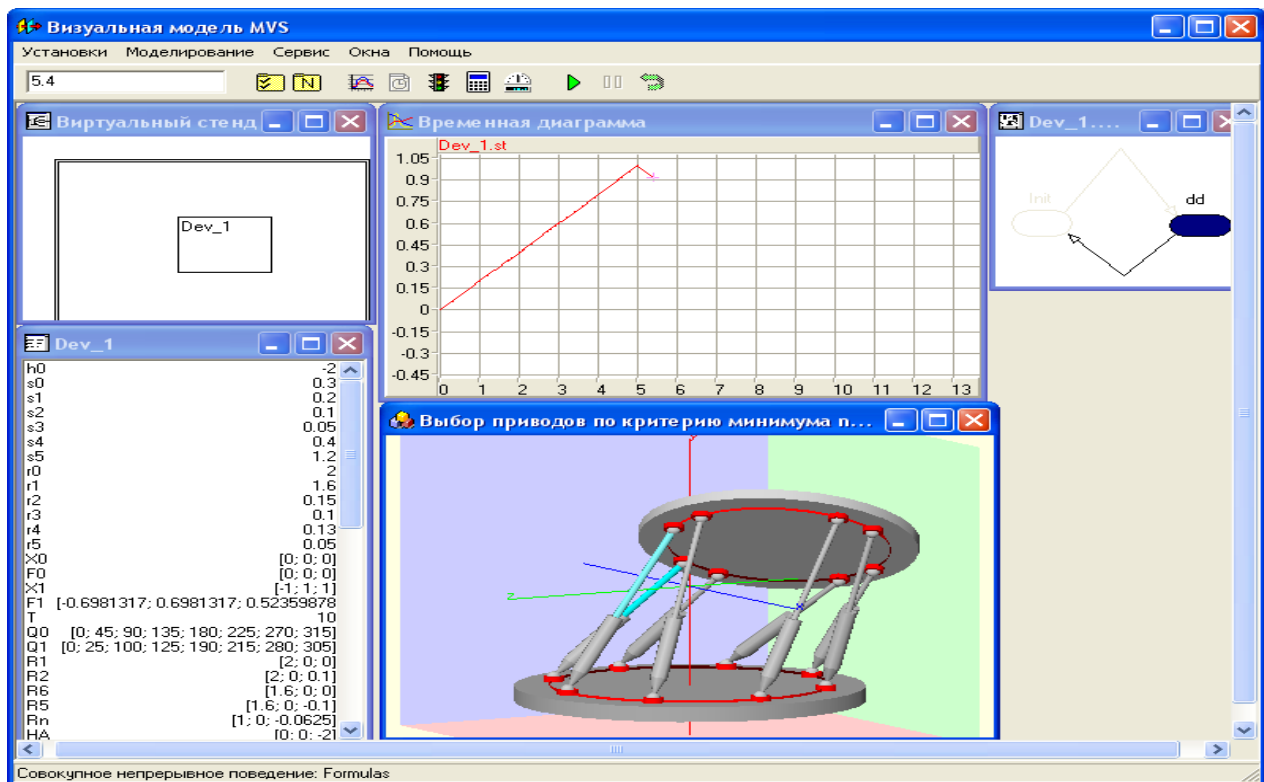


Рисунок 1 – Визуальное моделирование в Model Vision Studium

Однако для реализации моделей, требующих не столько визуализации объектов и процессов, сколько расчетов различных параметров, могут быть использованы универсальные программы, например электронные таблицы (рисунок 2) и математические пакеты.

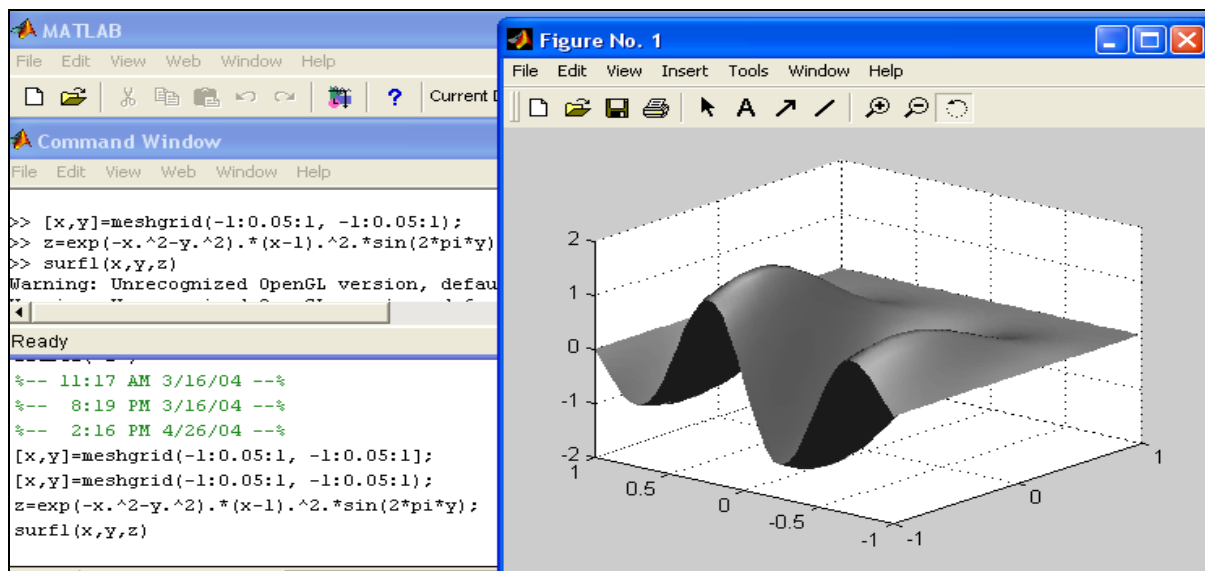


Рисунок 2 – Интерфейс MatLab

При решении задач планирования и управления очень важна форма отображения результатов. Чем это отображение нагляднее, тем легче воспринимаются результаты человеком. Самой наглядной формой представления информации являются рисунки, схемы, графики и диаграммы. Особенно заметно их применение при проведении каких-либо семинаров, показе конечного результата, если идет сравнение некоторых величин, и многих других случаях. Это породило в информатике целое направление, называемое



компьютерной графикой. Компьютерная графика подразделяется на несколько видов: иллюстративная, деловая, инженерная и научная. Деловая графика – средство визуализации, т.е. представления в наглядной форме, массивов числовых данных. Как правило, такой наглядной формой выступают диаграммы. Как правило, такой наглядной формой выступают диаграммы и графики. Различные сводки, отчеты, подведение итогов, балансы и много другое всегда сопровождается диаграммами. В виде графиков удобно прослеживать динамику изменения различных финансовых, экономических, производственных и др. процессов. Например, курс валют за определенный срок представляют в виде графиков со значениями, что позволяет проследить динамику изменения контролируемого параметра.

Расширенные функции создания схем Visio 2010 упрощают работу благодаря динамичным, управляемым данными визуальным элементам и новым способам совместной работы в Интернете в реальном времени.

Функции и преимущества Visio 2010:

- Быстрое начало работы со схемами благодаря набору разнообразных предварительно созданных фигур, примеров рисунков и шаблонов для решения ИТ-задач, бизнеса, управления процессами и т.д. Visio может помочь в быстром начале работы при создании схем любого типа.

- Все необходимое для создания схем находится в одном месте. Каждый шаг в создании схем стал понятнее благодаря логической группировке функций на вкладках ленты, расширенному окну фигур для легкого доступа к фигурам и наборам элементов и новой строке состояния, способствующим более легкому перемещению внутри схем и между ними.

- Упрощение больших и сложных схем при помощи подпроцессов и контейнеров, позволяющих визуально и логически объединить связанные фигуры. Подпроцессы – мини-схемы, расположенные на отдельной странице и связанные с фигурой подпроцесса на большей схеме, – разделяют сложные процессы в схемах на более управляемые части. Контейнеры помогают упорядочить различные наборы фигур и внести ясность в соотношения между ними в схемах.

- Быстрое создание более привлекательных и имеющих профессиональный вид схем с помощью современных фигур и визуальных элементов, галереи разнообразных тем и динамического просмотра.

- Проверка схем на соответствие бизнес-правилам и бизнес-логике, чтобы обеспечить точность и согласованность в схемах. Одним щелчком можно проверить схему на соответствие логике и правильности построения.

- Получение ясного и полного отображения информации, важной для бизнеса, часто требует как перспективы высокого уровня, так и подробных данных. Visio 2010 позволяет с помощью нескольких действий отобразить полную картину благодаря представлению необходимых данных графически в единой обновляемой схеме.

- Отображение данных в реальном времени на основе предварительно заданных условий прямо внутри фигур схем при помощи информативных графических элементов, таких как цвета, значки, символы и гистограммы.

- Поддержка актуальности связанных данных в схемах с помощью автоматического обновления без каких-либо дополнительных усилий. Можно обновлять данные автоматически через заданные интервалы времени или вручную в любое время одним щелчком мыши.

Организационная диаграмма обычно является "строгим", официальным документом и выполняется в монохромных, не ярких цветах. Но никакие правила не мешают **использовать цвет для расстановки акцентов или идентификации отдельных сущностей** на таких диаграммах. Главное – не использовать слишком яркие цвета и соблюдать меру (см. рис.3).

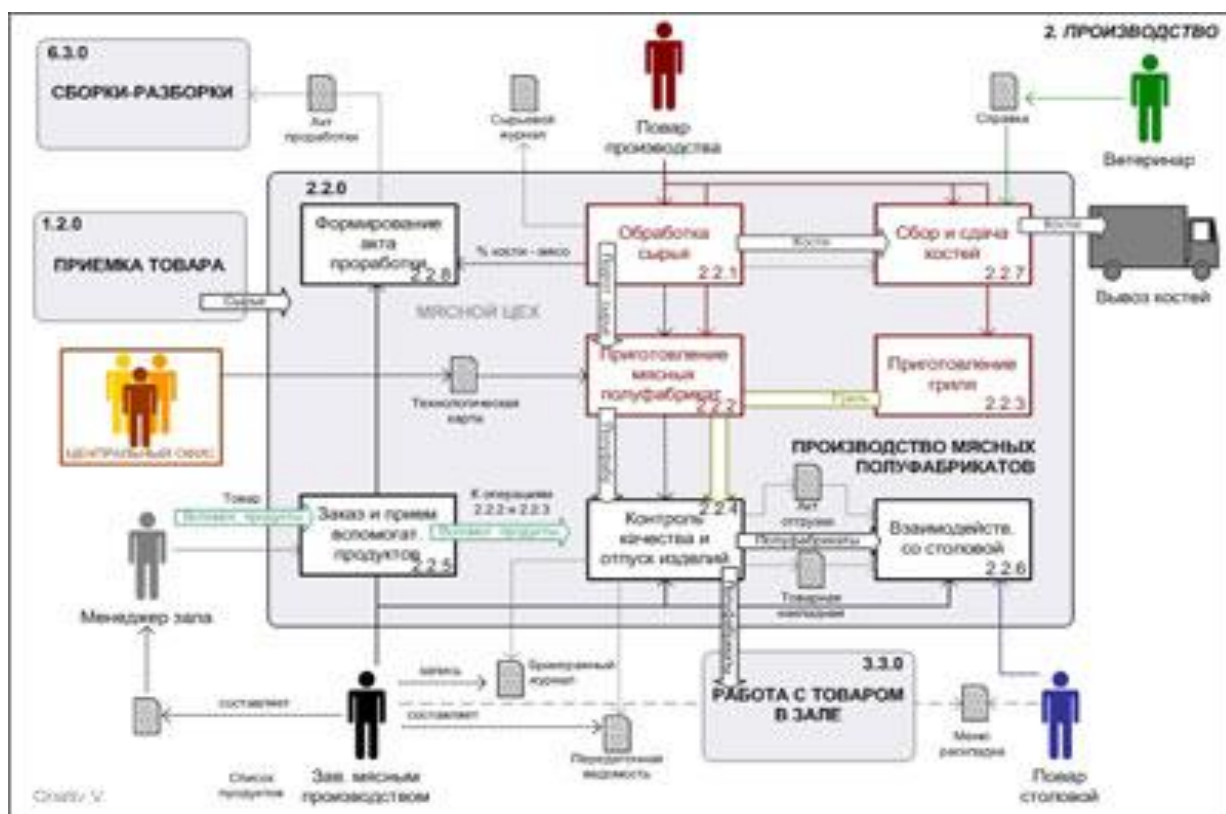


Рисунок 3 – Пример оформления уровня процессов-операций

Итак, MICROSOFT VISIO является одним из наиболее доступных и простых в применении инструментом для проведения процесса моделирования.

#### Список использованных источников

1. [http://www.fors.ru/pls/portal/docs/PAGE/FDC/MAGAZINE/03/http\\_texts/fors\\_kurilovich\\_plan.html](http://www.fors.ru/pls/portal/docs/PAGE/FDC/MAGAZINE/03/http_texts/fors_kurilovich_plan.html)
2. <http://www.itstan.ru/excel/istorija-pojavlenija-i-razvitija-elektronnoj-tablicy.html>

*Брагина И.Л.*  
*студентка 1 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Ильин В.В., канд. техн. наук, доцент,*  
*зав. каф. математики, информатики и естественно-научных дисциплин*  
*Западно-Уральский институт экономики и права*  
*(г. Пермь)*

### Информационные технологии в деятельности муниципальных органах власти

В современном обществе информация и знание становятся определяющим экономическим фактором, а также важнейшим национальным ресурсом, который в определенном смысле подобен природным и который в значительной степени определяет благосостояние государства. Сохранение, развитие и рациональное использование национального информационного ресурса является задачей государственного значения.

Основные направления развития информационных технологий на территориях субъектов Российской Федерации отражены в проекте Концепции региональной информатизации, разработанном Мининформсвязи России с участием заинтересованных федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Проект Концепции содержит приоритеты и задачи использования информа-

ционных технологий в деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, а также архитектуру «электронного правительства» региона; определяет принципы координации реализации региональных программ информатизации с соответствующими федеральными программами; описывает модель финансирования программ региональной информатизации из средств федерального бюджета.

Согласно концепции, региональная информатизация направлена на повышение эффективности решения задач социально – экономического развития регионов, на обеспечение эффективного функционирования и взаимодействия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления и находящихся в их ведении предприятий и учреждений, на обеспечение информационной открытости и прозрачности деятельности органов управления, а также на формирование инфраструктуры доступа широких слоев населения к информационным технологиям, информационным ресурсам и услугам. Реализация задач региональной информатизации осуществляется на основе создания и развития в субъекте Российской Федерации интегрированной территориальной информационной системы (ТИС), которая представляет собой совокупность информационных систем федеральных органов государственной власти, территориальных органов, органов государственной власти субъекта РФ, органов местного самоуправления, объединенных защищенной информационно-технологической инфраструктурой, а также средств, обеспечивающих их функционирование и взаимодействие [1].

Таким образом, комплексный подход к информационно-коммуникационному обеспечению государственных органов власти и органов местного самоуправления региона реализуется как проект интегрированной территориальной информационной системы (ТИС), включающий в себя создание информационной системы обеспечения управленческой деятельности, системы «электронного правительства» для обеспечения интерактивной связи с населением, а также налаживание мониторинга находящихся в их ведении организаций по ключевым показателям социально-экономического развития региона. В рамках «электронного правительства» отрабатываются механизмы оказания государственных и муниципальных услуг населению и организациям, решаются вопросы обеспечения доступности для населения информации о деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления, региональных (муниципальных) информационных ресурсов. Использование ИКТ позволяет оптимизировать административно-распорядительную деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления, а также находящихся в их ведении организаций.

Территориальная информационная система (ТИС) представляет собой комплексную интегрированную автоматизированную информационную систему, предназначенную для информационно-аналитической поддержки органов государственного и муниципального управления [2].

В зависимости от охватываемой территории выделяют следующие ТИС: местные (в пределах города, городского района); региональные (в пределах области, края, республики, автономного округа); государственные (АСУ государственного масштаба, например «Государственный регистр населения»).

Информационная система должна способствовать поддержке принятия решений. Для этого используются система внутренних коммуникаций, единая коммуникационная сеть, органы местного управления и муниципальные предприятия.

Основные требования при проектировании информационных систем:

- комплексный и системный подход к выбору технических и программных средств;
- интеграция потоков;
- эффективность расчетов, снижение затрат;
- безопасность и защита информации при обмене данными в рамках сети;

- интеграция информационной структуры в рамках муниципалитета с другими структурами регионального и государственного управления;
- обеспечение масштабирования задач (возможность развития ИС);
- обеспечение интерфейса с пользователем;
- организация обучения, подготовки кадров;
- использование Интернета и новейших технологий для повышения конкурентного потенциала, приобретения статуса интеллектуального города, повышения качества информационного обслуживания населения, повышение прозрачности муниципальных властей и т.д.[ 3].

Если рассматривать систему управления муниципального образования в виде некоторого «черного ящика», то входом будут являться коллективные интересы жителей, выраженные на референдуме, выборах или через представительные органы, а выходами – правовые акты и результаты деятельности муниципальных служб [4].

К элементам системы управления муниципального образования (МО) относятся: население; территория; органы местного самоуправления; органы территориального общественного самоуправления; муниципальное имущество; муниципальный бюджет; инженерная и социальная инфраструктура.

Субъектами управления системы МО являются органы местного самоуправления.

Организационная структура МО приведена на рис. 1: [3].

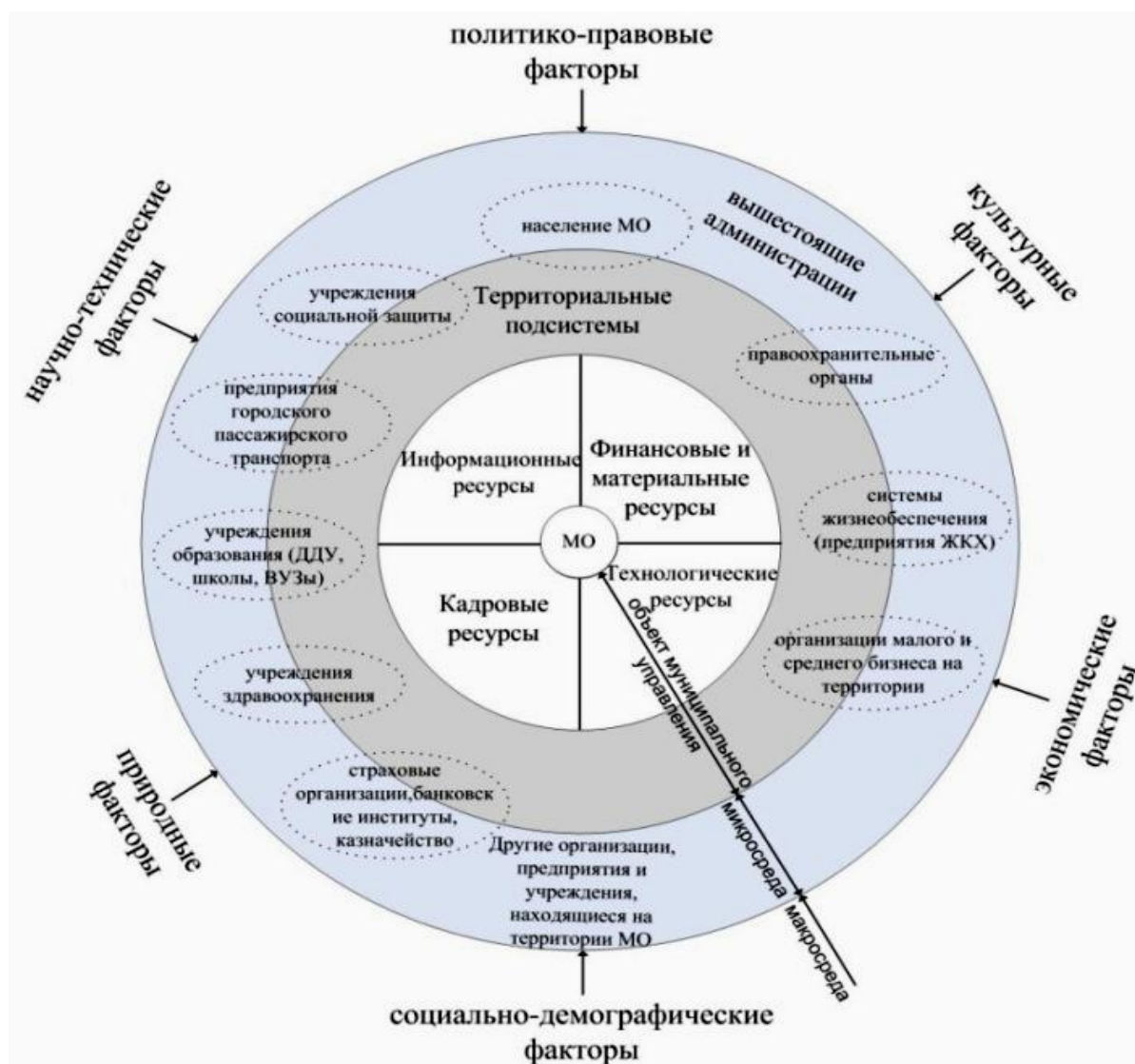


Рисунок 1 – Организационная структура муниципального образования

Элементы системы муниципального образования взаимодействуют между собой и с макросредой посредством информационных, материальных и финансовых потоков. Информационные потоки, необходимые для реализации функций управления, связывают местную администрацию, отделения федерального казначейства, производственные, жилищно-коммунальные предприятия и другие организации МО.

Главной целью муниципального управления является повышение качества жизни жителей МО.

С точки зрения информационного подхода, местное самоуправление необходимо для повышения качества управленческих решений на региональном и государственном уровнях за счет предоставления более достоверной, адекватной, оперативной и полной информации об экономическом, политическом состоянии и динамике развития муниципальных образований, решениях, принимаемых местными органами власти [5].

Информационной основой для реализации системы управления МО является муниципальная информационная система (МИС), обеспечивающая полной, достоверной, актуальной и адекватной информацией все уровни муниципального управления.

С точки зрения системного подхода можно выделить несколько уровней информационных систем, содержащих в соответствии с уровнями управления информацию в разной степени обобщенную:

- отраслевые информационные системы – муниципального предприятия, организации, структурного подразделения администрации (наименьшая степень обобщения);
- интегрированные системы, содержащие проблемно ориентированную информацию из отраслевых подсистем (например, карта городской территории, БД по населению МО и др.);
- экспертные системы поддержки принятия решений – уровень главы администрации и его заместителей (наивысшая степень агрегации информации).

Таким образом, при грамотном внедрении информационных технологий появляется возможность передавать, хранить и анализировать большие объемы данных, выявлять закономерности и увеличивать эффективность работы структур муниципального управления. В итоге не только сокращается срок, необходимый для принятия решения, но и повышается качество учета и управления.

Информационные технологии играют существенную роль в развитии общества. Она состоит в ускорении процессов получения, распространения и использования обществом новых знаний. Повышая качество интеллектуальных ресурсов общества, информационные технологии повышают качество жизни.

#### **Список использованных источников**

1. Концепции региональной информатизации до 2010 года
2. Акатова Н.А. Система государственного управления. Кн.5. Информационные технологии: Учебное пособие. – М.: ГУУ, 2009
3. Ясенов В.Н.. Информационные системы и технологии в экономике Юнити-Дана. – 560 с., 2011
4. Иванов В.В., Коробова В.Н. Муниципальный менеджмент: справочное пособие. – М., ИНФРА-М, 2002
5. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. Информационные технологии управления: учебник для ВУЗов. 2е изд. – Спб.; Питер, 2008.

*Букреева Г.А., Лебедев М.Э.*  
*студенты 3 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Старкова О.Я., канд. экон. наук, доцент,*  
*доцент каф. финансов, кредита и экономического анализа*  
*Пермская государственная сельскохозяйственная академия*  
*им. акад. Д.Н. Прянишникова*  
*(г. Пермь)*

### **Перспективы осуществления безналичных платежей с помощью современных технологий**

Первые платежные банковские карты появились в пятидесятых годах прошлого века. Привычный нам внешний вид и функциональность кредитные и дебетовые банковские карты приобрели в 1996 году. Основными направлениями развития платёжных систем – снижение затрат на проведение операции, повышение скорости расчетов, повышение уровня защищенности финансов клиента банка.

Следующим большим этапом в развитии платежных систем становятся мобильные платежи – разнообразие видов платежных решений: все те способы, при помощи которых осуществляется оплата за товары и услуги с мобильных устройств. Наиболее современными аналогами служит технология NFC, и карты PayPass и PayWave.

Основными нашими задачами являются ознакомить с технологиями бесконтактной оплаты покупок, раскрыть преимущества и недостатки данных технологий и выявить перспективы их развития в России.

Объектом нашего исследования представлен техпроцесс бесконтактного обмена данными между устройствами для осуществления транзакции.

Предметом исследования является изучение перспектив использования технологий карт PayPass и PayWave и NFC как в России, так и за рубежом.

#### *Карты PayPass и PayWave*

Технология бесконтактной оплаты покупок в одно касание впервые была запущена в 2002 году в Орландо, США. В России полноценная система оплаты бесконтактными банковскими картами была запущена на автозаправочных станциях Лукойл в городе Пермь в 2010 году. Всего в мире выпущено более ста тысяч карт с технологией PayPass и PayWave [2].

PayPass и PayWave – это бесконтактный интерфейс для уже существующих карт. Фактически это микросхема с антенной, которая встраивается в существующую пластиковую карту и в зависимости от того, где такая карта используется, определяет, с каким именно платежным приложением взаимодействует данная карта. Для осуществления транзакции потребителю достаточно просто коснуться картой, поддерживающей технологию PayPass и PayWave, специально оборудованного терминала[3].

Технология оплаты покупок бесконтактной банковской картой (рис. 1) – это полезная технология в индустрии, приносящая выгоду всем задействованным в транзакции сторонам: потребителям, финансовым и торговым предприятиям. К преимуществам карт, поддерживающих технологию бесконтактных платежей, кроме *моды* и *новизны* можно отнести в первую очередь универсальность – бесконтактные банковские карты обычного формата можно использовать не только в редких пока новых устройствах, но и во всей многомиллионной армии банкоматов и платежных терминалов во всех странах мира. К преимуществам относится и *большой срок службы* карт, которые при бесконтактных расчетах, естественно, меньше изнашиваются. Но самые значительные достоинства – *удобство* и *скорость* платежа небольших сумм в транспорте, на автозаправках, в кафе, супермаркетах. К тому же при бесконтактных расчетах карта остается в руках хозяина, что *снижает риск* несанкционированных манипуляций с ней обслуживающим персоналом.





Рисунок 1 – Оплата картой MasterCard PayPass

#### *Устройства с NFC чипом.*

Технология NFC – это способ беспроводной связи, осуществляемой на высокой частоте и позволяющей обмениваться данными между устройствами, находящимися на небольшом расстоянии. Название NFC является сокращением от Near Field Communication – дословно «коммуникация ближнего поля». Эта технология является простым расширением стандарта бесконтактных карт, при этом интерфейс карты и считывателя объединяются в единое мобильное устройство.

Своему появлению технология NFC обязана компании Philips и Sony, объявивших в конце 2002 года о том, что этими компаниями начата разработка нового стандарта радиосвязи, получившего название Near Field Communication (NFC). Устройство, оборудованное чипом NFC, может взаимодействовать не только с существующими смарт-картами и считывателями данного стандарта, но и с другими устройствами, поддерживающими NFC. Эта особенность обеспечивает совместимость с существующей инфраструктурой бесконтактных карт, которая уже нашла свое применение в общественном транспорте и различных платежных системах. Отличительной особенностью данной технологии является малая дальность связи, составляющая менее 10 см. Поддерживаемые скорости связи с использованием NFC: 106, 212, или 424 Кбит/с. Для использования технологии NFC с целью осуществления бесконтактных платежей при помощи различных мобильных устройств в современном обществе открываются очень хорошие перспективы. [4]

Кроме мобильных телефонов, NFC чип встраивается в часы watch2pay (рис. 2). Этот аксессуар в России эксклюзивно представляет Ак Барс Банк. Чтобы оплатить покупку, достаточно поднести часы к терминалу PayPass или PayWave, установленному на кассе в магазине, кафе или на АЗС.



Рисунок 2 – Расчет с помощью мобильного телефона, оборудованным NFC чипом

Помимо всего прочего, технология NFC позволяет превратить любой предмет повседневного быта в бесконтактное платежное устройство. Так называемые радиометки TecTiles – работают по принципу магнитного бес процессорного чипа. Принцип прикрепления к банковскому счету в точности такой же, как у часов (рис. 3).



Рисунок 3 – Часы и брелок сигнализации автомобиля со встроенным чипом NFC

Медленно, но верно технология бесконтактной оплаты покупок в одно касание распространяется в РФ. Сегодня обслуживанием выпуском карт PayPass и PayWave, прикреплением мобильных телефонов и других устройств, оснащенных TAC чипом, к банковскому счету занимаются 20 банков.

Платежные решения на основе бесконтактной технологии NFC в России имеют перспективы развития, но пока сталкиваются со сложностями, связанными с контролем элемента безопасности. Прорыв в этой области будет обеспечен достижением договоренностей между международными платежными системами Visa и MasterCard, российскими операторами связи и производителями мобильных телефонов.[1]

Что касается карт PayPass и PayWave, то их продвижение в России пока сдерживается отсутствием необходимой инфраструктуры, затраты на которую велики.

#### **Список использованных источников**

1. <http://b2bevent.ru/b2b/future-events/item/paymentrussia>
2. <http://paypass.ru>
3. <http://visa.com.ru/ru-ru/personal/features/visapaywave.shtml>
4. <http://www.nfcexpert.ru>

*Муртазин Д.Р.  
студент 2 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Ильин В.В., канд. техн. наук, доцент,  
зав. кафедрой математики, информатики и естественно-научных дисциплин  
Западно-Уральский институт экономики и права  
(г. Пермь)*

#### **Применение информационных технологий в управлении предприятием**

Новая экономическая ситуация ставит перед предприятиями ряд задач, которые ранее ими не рассматривались. Среди наиболее важных задач выделяют: повышение конкурентной борьбы, требование выпускать продукцию в соответствии с текущими заказами покупателей, а не с долгосрочными перспективными планами, необходимость оперативного принятия решений в сложной экономической ситуации.

В конкурентной борьбе побеждает только тот, кто быстрее других реагирует на изменения в бизнесе и принимает более верные решения. Именно информационные технологии помогают руководителям промышленных предприятий в решении этих сложных задач. Наиболее распространенные методы управления производства формализованы в виде



стандартов управления, которые являются основой разработки функциональной структуры информационных систем [1]:

1. Планирование потребности в материалах (Material Requirement Planning – MRP I). MRP I предполагает формирование календарного плана-графика снабжения сырьем, материалами и комплектующими; управление складским хозяйством; учет оборотных средств.

Для планирования потребности в материалах используют следующие входные данные: о независимом спросе на готовые изделия, полуфабрикаты и запчасти, продаваемые на сторону; запасах товарно-материальных ценностей на складе; конструкторском составе изделий и технологических нормах расхода сырья и т.д. В результате планирования потребности в материалах формируются: плановые заказы – в них определены размер заказа, дата запуска и дата выполнения заказа; рекомендации – действия, которые необходимы для устранения проблем с запасами. Система MRP обеспечивает формирование сводных отчетов для реализации функций контроля и анализа поставок материалов и имеет следующие преимущества: возможность оптимизации времени поступления материалов и выпуска продукции; снижение уровня складских запасов; более точная информация для производственного учета.

Недостатком метода MRP является учет ограниченного перечня производственных факторов. Поскольку при планировании объем производственных ресурсов считается не ограниченным, MRP – системы не гарантируют обязательность выполнения сформированного плана. Кроме того, не производятся вариантные расчеты плановой потребности в материалах, и поэтому анализ типа «Что если?» невозможен в принципе.

2. Планирование потребности в производственных мощностях (Capacity Resource Planning – CRP). Система выполняет планирование и балансировку загрузки рабочих центров с учетом ресурсных ограничений и планов выпуска готовой продукции. При планировании учитывается последовательность выполнения технологических операций изготовления продукции на рабочих центрах.

Для каждого рабочего центра рассчитывается плановая загрузка, учитывается ограничение производственной мощности, выдается сообщение обо всех расхождениях между их плановой потребностью и имеющейся мощностью. Это позволяет своевременно предпринимать регулирующие действия, направленные на выравнивание загрузки рабочих центров за счет перераспределения потоков операций или, в крайнем случае, за счет изменения производственной программы. При этом системы CRP не обеспечивают оптимизацию загрузки рабочих центров, оставляя эту интеллектуальную процедуру человеку. В результате получается производственная программа, которая соответствует реальным возможностям загрузки рабочих центров – производственным мощностям. Эта производственная программа становится основной для планирования материальных потребностей в MRP-системе [1].

Для планирования потребности производственных мощностей используют исходные данные: календарного плана производства; о рабочих центрах; о технологических маршрутах изготовления готовой продукции. Недостатком CRP-систем является учет ограниченного перечня производственных факторов, а также отсутствие средств моделирования и оптимизации загрузки рабочих центров.

3. Замкнутый цикл планирования материальных ресурсов (CL MRP).

В конце 1970-х гг. появился метод замкнутого цикла MRP (CL MRP), являющийся дальнейшим развитием метода планирования потребностей в материальных ресурсах. Основная идея нового метода – налаживание обратных связей, обеспечивающих отслеживание текущего состояния, поддержание мониторинга выполнения плана снабжения и производства. В результате применения нового метода значительно повышен уровень достоверности и точности плановых показателей. Дополнительно новый метод позволил автоматизировать функции управления: укрупненное технико-экономическое производственное планирование; разработку главного календарного плана производства и т.д. После завершения фазы укрупненного планирования система замкнутого цикла MRP поддерживает фазы детального планирования и учета выполнения планов: формирование подробных

графиков выпуска готовой продукции, поставок сырья, материалов и комплектующих для поставщиков; учет входного/выходного материального потока и т.д.

4. Планирование ресурсов производства (Manufacturing Resource Planning – MRP II). Система MRP II обеспечивает поддержку следующих функций управления предприятием: бизнес-планирование; планирование продаж и операций; планирование производства; формирование главного календарного плана производства и т.д. [2].

Детальные производственные планы и планы снабжения находят свое стоимостное отражение в калькуляции себестоимости продукции, учете реализации, учете снабженческих и производственных операций.

В MRP II-системе реализуется три базовых принципа: иерархичность построения ИС – разделение функций планирования на уровни, соответствующие сферам ответственности разных органов управления; интеграция функций управления ИС – единое информационное пространство для различных сфер деятельности, связанных с материальными и финансовыми потоками в пределах горизонта планирования; интерактивное взаимодействие управленческого персонала для моделирования управленческих решений в ИС.

Система имеет следующие основные преимущества: возможность планирования оптимальной потребности в материальных и производственных ресурсах; достоверный учет движения различных видов материальных ценностей от момента поступления материала на склад до отгрузки продукции потребителю; предотвращение дефицита или избытка материальных запасов.

К недостаткам MRP II-систем относятся: отсутствие интеграции с процессами управления финансами и персоналом; ориентация на существующие заказы; слабая интеграция с системами проектирования и конструирования.

6. Планирование ресурсов предприятия (MRP II & FRP (Finance Resource Planning), Enterprise Resource Planning – ERP I). С 1990-х гг. MRP II-системы интегрируют с модулем финансового планирования и системой бизнес-планирования. В результате сформировалась система класса предприятия (ERP), которая позволяет эффективно планировать коммерческую деятельность предприятия. Особенностью систем MRP II и ERP является основополагающий принцип системности и функциональной целостности системы управления. Подобные системы могут применяться для управления предприятиями различного масштаба, но в первую очередь – крупными фирмами, ведущими активный бизнес. Системы MRP II и ERP позволяют: оптимизировать бизнес-процессы для снижения издержек на производство и реализацию продукции, работ и услуг; использовать оптимальные методы планирования и управления запасами материальных ценностей; обеспечить управление себестоимостью продукции и т.д. [3].

7. Оптимизации управления ресурсами (ERP II). ERP II-системы создаются для отраслей и отдельных направлений бизнеса, модель открытого взаимодействия обеспечивает интеграцию с другими приложениями, поддержку многочисленных стандартов и протоколов межплатформенного взаимодействия (языки Java, XML, ASP, технологии Corba, COM, система электронной документации EDI и т.д.).

В ERP II-системы включены функциональные компоненты электронного бизнеса, реализованные как веб-приложения [4]: 1) SRM – система управления взаимоотношениями с поставщиками (снабжение) для закупок ресурсов; 2) CRM – система управления связями с клиентами для сбыта и реализации продукции; 3) SCM – система управления виртуальными логистическими цепочками для доставки ресурсов или продукции; 4) BI – система бизнес-аналитики для формирования аналитических отчетов и оценки бизнес-процессов; 5) PLM – система управления жизненным циклом продукта; 6) HRM – система управления человеческими ресурсами; 7) Financials – система управления финансами со стороны различных участников процесса (финансового директора, менеджера, инвестора, сотрудника); 8) Mobile Business (мобильный бизнес) – система обеспечения прозрачности местоположения участников бизнеса в мировом масштабе; 9) KM – система управления знаниями о бизнесе.

8. Менеджмент как сотрудничество (Customer Relationship Management – CRM, Customer Synchronized Relationship Management – CSRМ). В 1990-х гг. возникло направление

в менеджменте под названием «сотрудничество» – Management by Collaboration (MBC), которое базируется на следующих положениях: провозглашение совместных целей, которые должны быть достигнуты всеми участниками бизнеса; организация динамичных рабочих коллективов для решения проблем, направленных на достижение этих целей; поддержание духа сотрудничества на взаимовыгодной основе (на уровне отдельных исполнителей, отделов и даже компаний); создание мотивации к труду и росту профессионализма работников.

#### **Список использованных источников**

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учеб. для студ., обуч. по экон. спец.: рек. УМО вузов по спец. Прикл. информатика (по областям) / С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов; под ред. В. В. Трофимова. – М.: Высшее образование, 2008. – 430 с.
2. Проектирование экономических информационных систем: Учебник / Г.Н. Смирнова, А.А. Сорокин, Ю.Ф. Тельнов; Под ред. Ю.Ф. Тельнова. – Финансы и статистика, 2003. – 512с.
3. Абалкин Л.И. В поисках новой стратегии. Избранные труды. В IV т. М.: Экономика, 2000
4. Воронцова Г.В. Основные направления оценки эффективности управленческих решений // Вестник СевКавГТУ, Серия «Экономика», №2 (13), 2004

*Науменко И.А.  
студент 1 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Колчанова П.С.  
ст. преподаватель каф. прикладной информатики и естественнонаучных дисциплин  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

#### **Информационные технологии в сфере розничной торговли**

В современном обществе экономические отношения стоят на первом месте. Одним из главных факторов достижения экономического превосходства над конкурентами, является быстрое реагирование компании на появление новых технологий и внедрение их в свою деятельность. Те, кто умело применили современные информационные технологии в своем бизнесе, извлекли из этого невероятную выгоду. Всем известные компании: Google, Yahoo!, Yandex, стоимость которых оценивается миллиардами долларов, построили свой бизнес основав его на информационных технологиях.

Информационная технология – это процесс, который использует совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных для получения информации нового качества о состоянии объекта, процесса или явления. [1] Современные информационные технологии нацелены на корректировку и оптимизацию как внутренних, так и внешних бизнес процессов. Наиболее важными являются технологии автоматизации отношений с покупателями и налаживания непосредственно торговой деятельности, во всех ее проявлениях. Недооценка важности применения и своевременного обновления ИТ-продуктов, может привести к колоссальным потерям. Например, из-за прекращения работы системы биллинга крупного сотового оператора на, всего лишь, час, оператор теряет платежей, общей стоимостью около трех миллионов рублей.

Целью данной статьи является поиск, анализ и ознакомление слушателей с наиболее интересными информационными технологиями, применяемыми в сфере розничной торговли, в частности с RFID-метками.

#### **Информационные технологии**

Современные информационные технологии позволяют в максимально короткие сроки выявить наиболее интересные пути развития компании в целом и оценить эффективность

работы отдельных структурных подразделений, а самое главное – вовремя среагировать на ту или иную ситуацию в бизнес-процессе. [1]

Развитые торговые организации используют различные специализированные ИТ-продукты. В качестве примера можно выделить использование 1С-предприятие в «Эльдорадо», «Питон» и других компаниях. ИТ-продукты призваны упрощать и совершенствовать систему контроля оперативной деятельности компании, управлять взаимоотношениями с заказчиками и поставщиками, контролировать процесс продаж. [2]

Внедрение информационных технологий, выделяет два основных направления:

- клиенто-ориентированное, призванное максимально автоматизировать процесс покупки;
- автоматизация класса «in-store». Технологии, внедрение которых позволит автоматизировать большинство процессов внутренней деятельности фирмы.

В целях обеспечения конкурентных преимуществ торговой организации следует внедрить определенный набор ИТ-продуктов, многие из которых уже сегодня используются на рынке. Прежде всего, это система радиочастотных меток RFID.

#### Система RFID

Отдельное внимание следует уделить внедрению системы RFID.

RFID – способ автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах, или RFID-метках. [3,4]

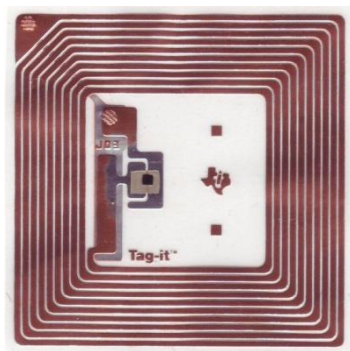


Рисунок 1 – RFID-метка

Первая демонстрация близких к современным RFID была проведена в 1973 году в исследовательской лаборатории Лос-Аламоса, а один из первых патентов на подобного рода систему идентификации получен спустя десятилетие – в 1983 году. Любая RFID метка состоит из двух основных компонентов – антенны и микрочипа. Антенна нужна для улавливания электромагнитных волн передатчика (или считывателя), превращения их в электроэнергию для питания самого чипа и передачи ответного сигнала. Это в случае пассивных меток. Обычно такие метки относительно «просты» в изготовлении и используются в основном в картах идентификации, когда расстояние между меткой и передатчиком минимально.

С использованием RFID становится возможным проводить инвентаризацию складов и торговых залов чаще, с более высокой точностью и приемлемыми затратами. В данном случае становится возможным проводить инвентаризацию магазинов раз в неделю или два раза в месяц, а не два раза в год или раз в квартал. Кроме того, при этом повышается точность инвентаризации с 65% до 95%. Важно, что внедрение RFID позволяет увеличить доходность от продажи за счет того, что ритейлер получает возможность продать больше продуктов по более высокой цене, прежде чем она будет снижена. [4]

Введение RFID также позволит автоматизировать некоторые операции, которые раньше делались вручную. Операции по логистике также будут во многом упрощены. RFID-метки предоставят возможность контролировать любое перемещение товара – от отгрузки до поступления на склад и в торговый зал. Товарные каталоги, путем RFID-считывания, будут постоянно обновляться.

## **Заключение**

Инновационные решения необходимы предприятиям торговли по очевидным причинам: постоянно растущая конкуренция требует разработки новых методов привлечения клиентов и повышения их лояльности компании. Меняющаяся конъюнктура рынка обязывает торговые организации корректировать свои внутренние бизнес-процессы. Розничные сети, которым удастся своевременно отреагировать на изменения, в итоге значительно смогут увеличить объемы продаж, повысить уровень и эффективность работы персонала, а также значительно сократить издержки. Иначе им элементарно не удастся выжить на рынке.

Уровень автоматизации отрасли розничной торговли в России постоянно растет параллельно с уровнем развития торговых организаций. Для создания полноценной розничной сети из нескольких торговых точек нужно, в первую очередь, построить информационную сеть. А для того, чтобы такая сеть могла успешно функционировать и развиваться, торговой организации следует пользоваться наиболее современным оборудованием и программно-информационным обеспечением.

Из всего вышесказанного стоит сделать вывод о том, что пренебрежение своевременным обновлением IT-продуктов может повлечь за собой не малые потери прибыли, что отразится на бизнесе.

В данной статье были рассмотрены наиболее интересные IT-продукты, применяемые в розничной торговле, в частности система RFID, проведен анализ данной системы и ИТ в целом, а также сформулированы выводы по итогам проведенной работы. Цель данной статьи достигнута.

## **Список использованных источников**

1. Информационные технологии в управлении. Конспект лекций: для студентов очной и заочной (дистанционной) форм обучения / Сост.: А.Л. Любинский, Н.А. Тимохова. – Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2011. – 96 с.
2. <http://www.webplaneta.de/topic.php?topic=134> [Электронный ресурс] (дата обращения 3.03.14).
3. <http://www.enterra.ru/blog/rfid-implementation-guide-for-retail-with-technical-addendum/> [Электронный ресурс] (дата обращения 28.02.14).
4. <http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:RFID> [Электронный ресурс] (дата обращения 28.02.14).

*Петрушко А.В.*  
*студентка 4 курса факультета инновационной подготовки*  
*Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,*  
*преподаватель каф. теории и практики государственного управления*  
*Академия управления при президенте Республики Беларусь*  
*(Минск, Беларусь)*

## **Роль информационно-коммуникационных технологий в развитии международных экономических связей**

Информационно-технологическая революция явилась предвестником постиндустриальной (информационной) эпохи, когда в международных экономических отношениях на первое место выходит производство интеллектуального продукта. Если промышленная революция увеличила мускульную силу человека, то информационно-коммуникационные технологии стали важным техническим инструментом мышления, расширившим интеллектуальные возможности человека [1].

Сегодня все более высокими темпами идет процесс ускорения экономической глобализации, повышается эффективность управления, меняются условия и содержание трудовой деятельности, происходит интернационализация мировой экономики, что нашло свое

выражение в стремительном росте международной торговли и капиталовложений за рубежом. Создаются транснациональные корпорации (ТНК), глобально ускоряющие промышленное развитие стран, развиваются международные финансовые системы, обеспечивающие более свободную конвертируемость валют.

Мировой рынок становится единым экономическим механизмом, о чем свидетельствует молниеносность, с которой финансовые рынки реагируют на события в отдельных странах. Широкое применение находят новые информационные технологии в процессе производства, менеджмента, маркетинга, организации и коммуникаций на уровне корпораций, организаций, государств и общества в целом [2].

Одной из отличительных черт экономической глобализации является развитие информационной электронной коммерции и формирование информационного производства.

Появляются качественно новые способы развития экономических отношений между странами, например, заключение международных торговых и трудовых контрактов в сети Интернет и др.

Весьма эффективен международный маркетинг на рынке современных технологий. Обмен наукоемкой продукцией, воплощающей в себе новые технологии, стал центральным элементом мировой торговли. Продажа патентных лицензий выступает как инструмент борьбы за внешние рынки. В свою очередь покупка лицензий за рубежом имеет целью ускорение внедрения новейших технологий и поддержку внутреннего производства на самом высоком мировом уровне.

В мировой экономике быстрыми темпами растет программная индустрия, увеличиваются объемы программного обеспечения электронного бизнеса. Происходит создание национальных и международных крупных информационных экономических комплексов, организуемые как транснациональными корпорациями («Майкрософт», «АТТ», «ИБМ» и др.), так и правительствами, и компаниями отдельных стран [4]. Без электронного документооборота успешное осуществление торгово-экономических операций практически невозможно.

Формирующаяся информационная экономика объективно предопределяет создание системы электронных отношений между частными компаниями, государством и бизнесом, государством и населением и электронной системы международных связей. Соответственно изменяются функции управления в фирмах, различных организациях и функции государственного управления.

Актуальными управленческими государственными решениями в настоящее время являются:

- организация электронных рынков и расширение частного и государственного электронного предпринимательства;
- эмиссия электронных платежных средств и контроль над их оборотом;
- создание электронных систем в сфере таможенной деятельности;
- проведение электронных конкурсов по государственным заказам;
- развитие электронных отношений между государством и населением (через Интернет и электронную почту) при выплате заработной платы в государственных учреждениях, при уплате налогов и пошлин;
- разработка и реализация национальных и международных программ развития интернет-экономики и электронного бизнеса.

По мере развития экономической глобализации, разработки и внедрения новейших информационных технологий интернет-экономика превращается в глобальную систему с всемирной информационной сетью.

Это существенно изменяет характер процессов интернационализации и транснационализации производства и обмена. Появляются новые возможности для углубления международной специализации и кооперации, ускорения процесса международной стандартизации и сертификации продукции и услуг, совершенствования и удешевления информационных связей в мировой экономике, формирования глобальных баз данных, уменьше-

ния трансакционных издержек, для глобализации иностранного инвестирования и превращения национального и глобального экономического роста в информационно-инновационный процесс.

Вместе с тем, в связи с усилением при глобализации позиций транснациональных корпораций и наиболее развитых стран обостряются международная конкуренция и противоречия между развитыми и развивающимися странами. В этих условиях существенно возрастает роль международной региональной интеграции как средства разрешения противоречий глобального информационно-инновационного роста.

С одной стороны, экономическая интеграция стран в отдельных регионах мировой экономики позволяет ускорить внедрение информационных технологий в национальных хозяйствах, с другой – более эффективно (исходя из национальных экономических интересов и соображений национальной безопасности) использовать преимущества всемирной информационной сети и совместный конкурентный потенциал.

Важнейшая проблема и одновременно стратегическая задача региональной интеграции состоит в создании общего правового пространства для формирования интеграционной интернет-экономики.

Решение этой задачи предполагает согласование и гармонизацию нормативно-правовых основ национальных программ электронной деятельности, подготовку и осуществление международных программ развития информационной и телекоммуникационной инфраструктуры и интеграционного электронного бизнеса[3].

Международное информационное производство, международный электронный бизнес уже на рубеже XX и XXI вв. стали реальностью, с которой нельзя не считаться. Еще в 1998 г. на Женевской конференции Всемирной торговой организации было предложено разработать международную программу развития электронной коммерции, предусматривающую, в частности, и необложение электронных торговых операций таможенными пошлинами, и изменение системы охраны прав интеллектуальной собственности в связи с быстрыми темпами развития интернет-экономики [4].

Процесс становления информационного производства и международной электронной торговли изменяет прежние представления о закономерностях развития международной специализации и кооперации, международной производственной и научно-технической интеграции, характере структурных сдвигов в национальной экономике, о направлениях взаимодействия региональных интеграционных группировок.

С появлением новых информационных технологий возникает новое коммуникативное пространство, решающую роль в котором играют специалисты по формированию коммуникационных потоков. Информация на современном этапе становится стратегическим ресурсом, эффективное управление которым обеспечивает превосходство на международной арене.

Использование сети Интернет и информационных технологий уже стало важнейшей задачей перспективного развития национальных хозяйств и международных торговых, производственных и научно-технических связей.

#### **Список использованных источников**

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Максаковский В.П. Глобальное информационное пространство // География мирового развития. Выпуск 2. – М.: 2010. – С. 43–55.
3. Синцеров Л.М. Длинные волны глобальной интеграции // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – № 5. – С. 56–64.
4. Электронный бизнес – проявление глобализации и условие эффективной интеграции национальных хозяйств / Н.А. Черкасов // Евразийский международный научно-аналитический журнал // Проблемы современной экономики. – № 1(9).

### **Вычисление финальных вероятностей состояний системы с марковским случайным процессом средствами MS Excel**

Случайные процессы находят широкое применение при изучении сложных стохастических систем как адекватные математические модели процесса функционирования таких систем.

Выделяют следующие этапы разработки марковской модели системы с дискретными состояниями [1]:

- кодирование состояний случайного процесса;
- построение размеченного графа переходов;
- формирование матрицы интенсивностей переходов;
- составление системы линейных алгебраических уравнений для определения финальных вероятностей состояний системы.

Рассмотрим реализацию этапов на конкретном примере.

Центральный пульт управления лаборатории обрабатывает поступающие запросы с помощью ПК. Периодически, в среднем 5 раз в месяц ПК проходит тестирование, которое продолжается в среднем 1 день. В результате такого тестирования в среднем в двух случаях из пяти обнаруживаются проблемы, которые требуют перенастройки ПК, которая длится в среднем 1 день. Кроме того, в среднем два раза в месяц ПК производит сбой и требуется перенастройка. После перенастройки в 50% случаев требуется ремонт, который длится в среднем 3 дня. Необходимо определить сколько в среднем дней в месяц ПК работает, тестируется, перенастраивается и ремонтируется. Сколько нужно времени в среднем тратить на ремонт, чтобы ПК в рабочем состоянии в среднем находился 70% времени?

Решение задачи:

1. Введем состояния:  $S_1$  – ПК работает,  $S_2$  – ПК тестируется,  $S_3$  – ПК перенастраивается,  $S_4$  – ПК в ремонте. Построим граф состояний (рисунок 1).

Для этого находим интенсивности переходных вероятностей. Возьмем за единицу времени один месяц. Тогда тестирование проводится по условию задачи 5 раз в месяц, поэтому указываем над стрелкой между 1-м и 2-м состоянием интенсивность 5. Тестирование длится 1 день, т.е. тестирование можно осуществить 30 раз в месяц. При этом, в двух случаях из пяти, т.е. в 12 случаях из 30 обнаруживается неисправность и требуется перенастройка, а в 18 случаях, соответственно, производится возврат в рабочее состояние. По этой причине ставим над стрелкой  $2 \rightarrow 3$  интенсивность 12, а над стрелкой  $2 \rightarrow 1$  интенсивность 18. Перенастройка длится также 1 день, т.е. 30 раз в месяц, в половине случаев происходит выход в рабочее состояние, в половине – ремонт. Поэтому над  $3 \rightarrow 1$  и  $3 \rightarrow 4$  ставим по 15. Ремонт длится 3 дня, это 10 раз в месяц, над  $4 \rightarrow 1$  ставим 10.

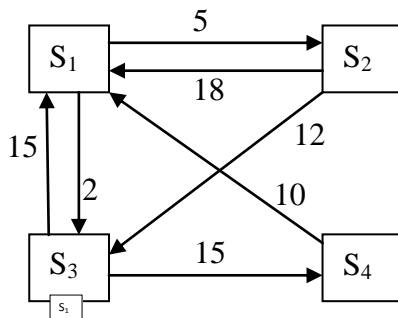


Рисунок 1 – Граф состояний



2. Построим матрицу переходных интенсивностей, которая полностью описывает граф состояний. Если из состояния с номером  $i$  в состояние с номером  $j$  идет стрелка с интенсивностью  $\lambda_{ij}$ , то в  $i$ -й строке и  $j$ -м столбце будет стоять эта интенсивность  $\lambda_{ij}$ . Если между состояниями перехода нет, то в соответствующей позиции матрицы стоит ноль. Для данной задачи матрица переходных интенсивностей имеет вид:

$$\begin{pmatrix} 0 & 5 & 2 & 0 \\ 18 & 0 & 12 & 0 \\ 15 & 0 & 0 & 15 \\ 10 & 0 & 0 & 0 \end{pmatrix}$$

3. а) Создадим экранную форму для ввода условия задачи и введем данные в экранную форму (рисунок 1).

D13    fx													
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Матрица транспонированная				Столбец свободных членов								
2	0	18	15	10	0	Обратная матрица				Результат			
3	5	0	0	0	0							P1=	
4	2	12	0	0	0							P2=	
5	0	0	15	0	0							P3=	
6												P4=	
7													

Рисунок 1 – Создание экранной формы

б) В транспонированную матрицу на место диагональных элементов введем сумму всех остальных элементов данного столбца со знаком «минус» (рисунок 2):

- ввести в **A2** формулу: =-A3-A4-A5;
- ввести в **B3** формулу: =-B2-B4-B5;
- ввести в **C4** формулу: =-C2-C3-C5;
- ввести в **D5** формулу: =-D2-D3-D4.

E12    fx													
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Матрица транспонированная				Столбец свободных членов								
2	-7	18	15	10	0	Обратная матрица				Результат			
3	5	-30	0	0	0							P1=	
4	2	12	-30	0	0							P2=	
5	0	0	15	-10	0							P3=	
6												P4=	

Рисунок 2 – Введение диагональных элементов

Полученная матрица будет вырожденной и для получения единственного решения системы уравнений нужно одно любое уравнений заменить условием нормировки:  $P_1 + P_2 + \dots + P_n = 1$ , которому будет соответствовать строка из единиц в расширенной матрице. Введем во все ячейки диапазона **A6:E6** числа «1».

	C17												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Матрица транспонированная				Столбец свободных членов								
2	-7	18	15	10	0	Обратная матрица				Результат			
3	5	-30	0	0	0							P1=	
4	2	12	-30	0	0							P2=	
5	0	0	15	-10	0							P3=	
6	1	1	1	1	1							P4=	

Рисунок 3 – Введение условия нормировки

в) Найдем матрицу обратную для матрицы расположенной в ячейках **A3:D6**.

- выделить диапазон ячеек для размещения результата: **G3:J6**;
- выбрать функцию МОБР в категории *Математические*;
- ввести диапазон ячеек **A3:D6**;
- нажать клавиши CTRL+SHIFT+ENTER.

г) Найдем результат решения задачи – вероятности состояний, матрица которых есть результат перемножения обратной матрицы и столбца свободных членов системы уравнений (рисунок 4).

- выделить диапазон ячеек для размещения результата умножения матриц: **M3:M6**;
- выбрать функцию МУМНОЖ в категории *Математические*;
- ввести диапазоны ячеек **G3:J6** и **E3:E6**;
- нажать клавиши CTRL+SHIFT+ENTER.

	K16												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Матрица транспонированная				Столбец свободных членов								
2	-7	18	15	10	0	Обратная матрица				Результат			
3	5	-30	0	0	0	0,0444444	0,0555556	0,0666667	0,666667			P1=	0,666667
4	2	12	-30	0	0	-0,025926	0,009259	0,0111111	0,111111			P2=	0,111111
5	0	0	15	-10	0	-0,007407	-0,02593	0,008889	0,088889			P3=	0,088889
6	1	1	1	1	1	-0,0111111	-0,03889	-0,08667	0,133333			P4=	0,133333

Рисунок 4 – Нахождение вероятностей состояний

Умножив эти вероятности на 30 дней можно рассчитать, сколько дней в среднем в месяц система находится в каждом состоянии: ПК работает  $0,667 \cdot 30 = 20$  дней, ПК тестируется  $0,111 \cdot 30 = 3,33$  дня, ПК перенастраивается  $0,089 \cdot 30 = 2,67$  дней, ПК в ремонте  $0,133 \cdot 30 = 4$  дня.

д) Ответим на второй вопрос задачи: сколько нужно времени в среднем тратить на ремонт, чтобы ПК находился в рабочем состоянии в среднем 70% времени?

- поставить курсор в любой свободной ячейке;
- выбрать пункт меню «Данные», подменю «Подбор параметра»;
- в открывшемся окне «ПОДБОР ПАРАМЕТРА» в поле «УСТАНОВИТЬ В ЯЧЕЙКЕ» ввести **\$M\$3**, в поле «ЗНАЧЕНИЕ» – 0,7, в поле «ИЗМЕНЯЯ ЗНАЧЕНИЯ ЯЧЕЙКИ» – **\$D\$2** (рисунок 5).

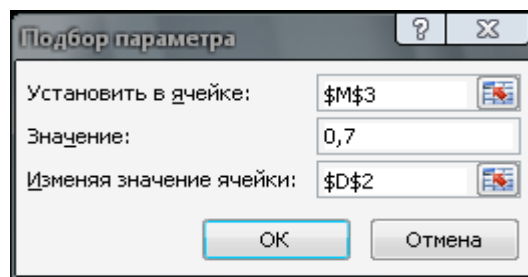


Рисунок 5 – Подбор параметра

Результат решения задачи представлен на рисунке 6.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Матрица транспонированная				Столбец свободных членов								
2	-7	18	15	15,46361	0	Обратная матрица				Результат			
3	5	-30	0	0	0	0,0416979	0,045943	0,045243	0,699626			P1=	0,699626
4	2	12	-30	0	0	-0,026384	0,007657	0,007541	0,116604			P2=	0,116604
5	0	0	15	-15,4636	0	-0,007774	-0,02721	0,006032	0,093283			P3=	0,093283
6	1	1	1	1	1	-0,007541	-0,02639	-0,05882	0,090487			P4=	0,090487

Рисунок 6 – Результат подбора параметра

В **D2** результат 15,46, что означает, что ремонт должен продолжаться  $30/15,46 = 1,94$  дня.

#### Использованные источники

Вентцель, Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методология / Е.С. Вентцель. – М.: Наука, 1988. – 208 с.

Пупырева Н.О.  
студентка 2 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Батуева Н.В.  
ст. преподаватель каф. прикладной информатики и естественнонаучных дисциплин  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)

#### Имитационное моделирование результатов инвестиционного проекта с помощью Project Expert

Моделирование в научных исследованиях стало применяться еще в глубокой древности и постепенно захватывало все новые области научных знаний.

Основной смысл моделирования заключается в том, чтобы по результатам опытов с моделями можно было дать необходимые ответы о характере моделируемого объекта, процесса или явления в реальных условиях. В настоящее время моделирование во всех науках является одним из научных методов исследования процессов и явлений. [1]

Моделирование применяется тогда, когда реальный эксперимент по каким-либо причинам невозможен или затруднен, например, при изучении явлений, протекающих в течение десятков лет, либо удаленных в пространстве. Моделирование дает ускорение, удешевление, упрощение и любое другое усовершенствование процесса исследования, достигаемого за счет работы с более простым объектом, чем исходный, то есть с моделью. С другой стороны, упрощение действительности в некоторых случаях является недостатком

моделирования, и полученные результаты часто теряют практическую ценность. Моделирование оправдано в качестве предварительного этапа исследования, позволяющего принять более обоснованное решение для проведения реального эксперимента.[2]

Одной из важнейших проблем при разработке информационных технологий в финансовом менеджменте является выбор соответствующих программных продуктов. Многообразие задач финансового менеджмента обуславливает необходимость использования различных программных средств, существенно отличающихся по назначению, функциональным возможностям, используемой среде и т.п. [3]

Программные средства, используемые в качестве инструментария поддержки финансовых решений можно разделить на следующие классы:

- ✓ комплексные системы управления предприятиями;
- ✓ табличные процессоры (Excel);
- ✓ пакеты для решения задач фундаментального анализа;
- ✓ пакеты для решения задач технического анализа;
- ✓ статистические и математические пакеты программ;
- ✓ системы искусственного интеллекта (ИИ).

Следует отметить, что такое деление весьма условно, так как одни программные средства могут сочетать в себе свойства и возможности одновременно нескольких выделенных классов, а другие могут быть ориентированными на решение лишь узких специализированных задач.

Комплекс фирмы «PRO-INVEST CONSULTING» предназначен для составления бизнес-планов развития предприятия.

Пакет Project Expert является автономным, закрытым приложением, функционирующим в среде Windows; он реализован с использованием современных инструментальных средств программирования на языке C++, что обеспечивает высокую надежность и скорость расчетов. С его помощью можно осуществлять анализ, подготовку бизнес планов и мониторинг инвестиционных проектов. Продукт выпускается в нескольких модификациях: облегченной, профессиональной (Professional) и холдинг, различающихся по функциональным возможностям и стоимости.

Профессиональная версия пакета включает следующие блоки: моделирования, генерации финансовых документов, анализа, группировки проектов, контроля реализации проектов, генератор отчетов, а также дополнительные встраиваемые модули.

Каждый блок состоит из функциональных модулей, позволяющих менеджеру в диалоговом режиме решать множество задач, например:

- разрабатывать план реализации инвестиционного проекта, стратегии маркетинга и производства, обеспечивающие рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- определять схему финансирования проекта (собственный капитал, заемные средства, лизинг и др.);
- проигрывать различные сценарии реализации проекта, варьируя значения факторов, способных повлиять на его финансовые результаты;
- проводить всесторонний анализ чувствительности и эффективности проекта в разрезе его участников (предприятия, инвесторов, банков и т.п.);
- осуществлять последующий мониторинг и контроль реализации различных стадий проекта с автоматическим выявлением отклонений фактических показателей от запланированных и др.

Имеется возможность обмена данными в форматах программ MS Office и СУБД семейства Dbase, а также подготовки отчетных документов в соответствии с международными стандартами бухгалтерского учета. Еще одной интересной особенностью данного продукта является возможность подключения модуля «Переводчик», позволяющего использовать систему автоматизированного перевода текстов PROMT 98 фирмы «ПРОМТ» для оформления проектной документации на наиболее распространенных европейских языках.

Существует целый ряд задач финансового менеджмента, требующих использования как внутренней, так и внешней информации. Вне зависимости от применяемых на предприятии информационных технологий решение таких задач, как правило, осуществляется в автономном режиме, предполагает использование соответствующих пакетов прикладных программ и включает все указанные процедуры обработки информации.[3]

Типичным представителем этого класса является задача анализа и подготовки технико-экономического обоснования инвестиционных проектов. Наиболее популярными программами, используемыми для её решения, в настоящее время являются отечественные продукты Project Expert (PRO-INVEST Consulting) и «Альт-Инвест» («Альт»).

Программа Project Expert конструктивно реализована в виде наборов независимых модулей, доступ к которым осуществляется из диалоговой формы-меню путем выбора закладки (темы) соответствующего раздела, реализующего тот или иной этап проектирования (см.рис. 1).



Рисунок 1 – Форма-меню ППП Project Expert.

В разделе «Результаты» представлены результаты моделирования деятельности предприятия, которые отражаются в финансовых отчетах, таблицах и графиках. Эти материалы вместе с пояснительным текстом входят в бизнес-план, подготовку которого обеспечивает Project Expert. Оформление и просмотр выходных данных, подготовленных программой, выполняются в данном разделе (см. рис. 2).

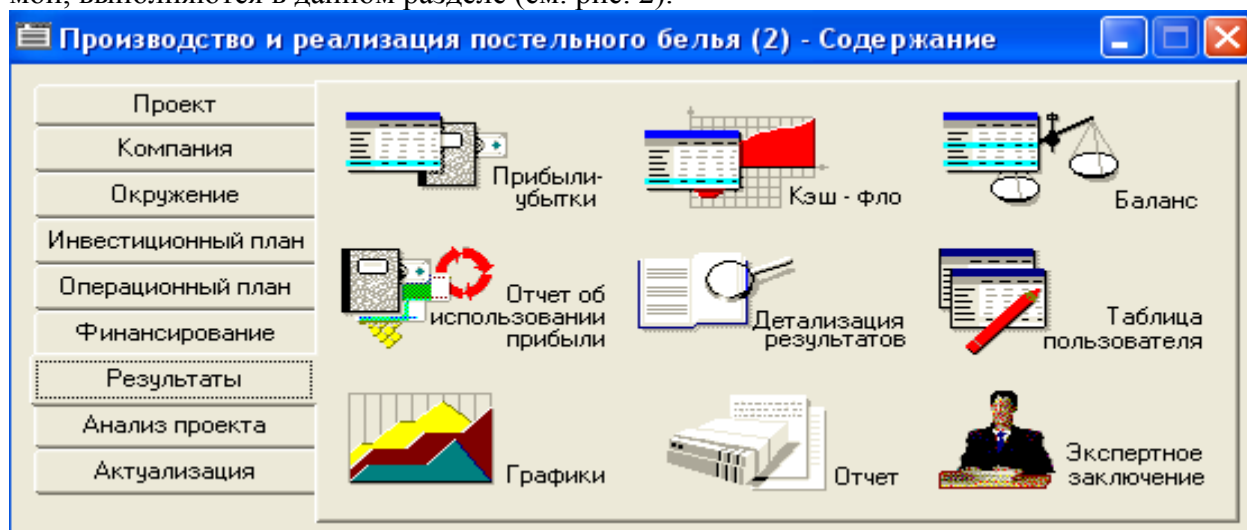


Рисунок 2 – Возможности моделирования финансовых результатов проекта

Раздел «Анализ проекта». Созданный проект является, в сущности, прогнозом, который показывает, что при определенных значениях исходных данных могут быть получены расчетные показатели эффективности хозяйственной деятельности. Цель статистического анализа (Монте-Карло) состоит в определении степени воздействия случайных факторов на показатели эффективности проекта. Раздел содержит модули: Контроль процесса реализации проекта, Финансовые показатели, Эффективность инвестиций, Доходы участников, Анализ чувствительности, Анализ безубыточности, Монте-Карло, Разнесение издержек, Доходы подразделений (см. рис. 3).

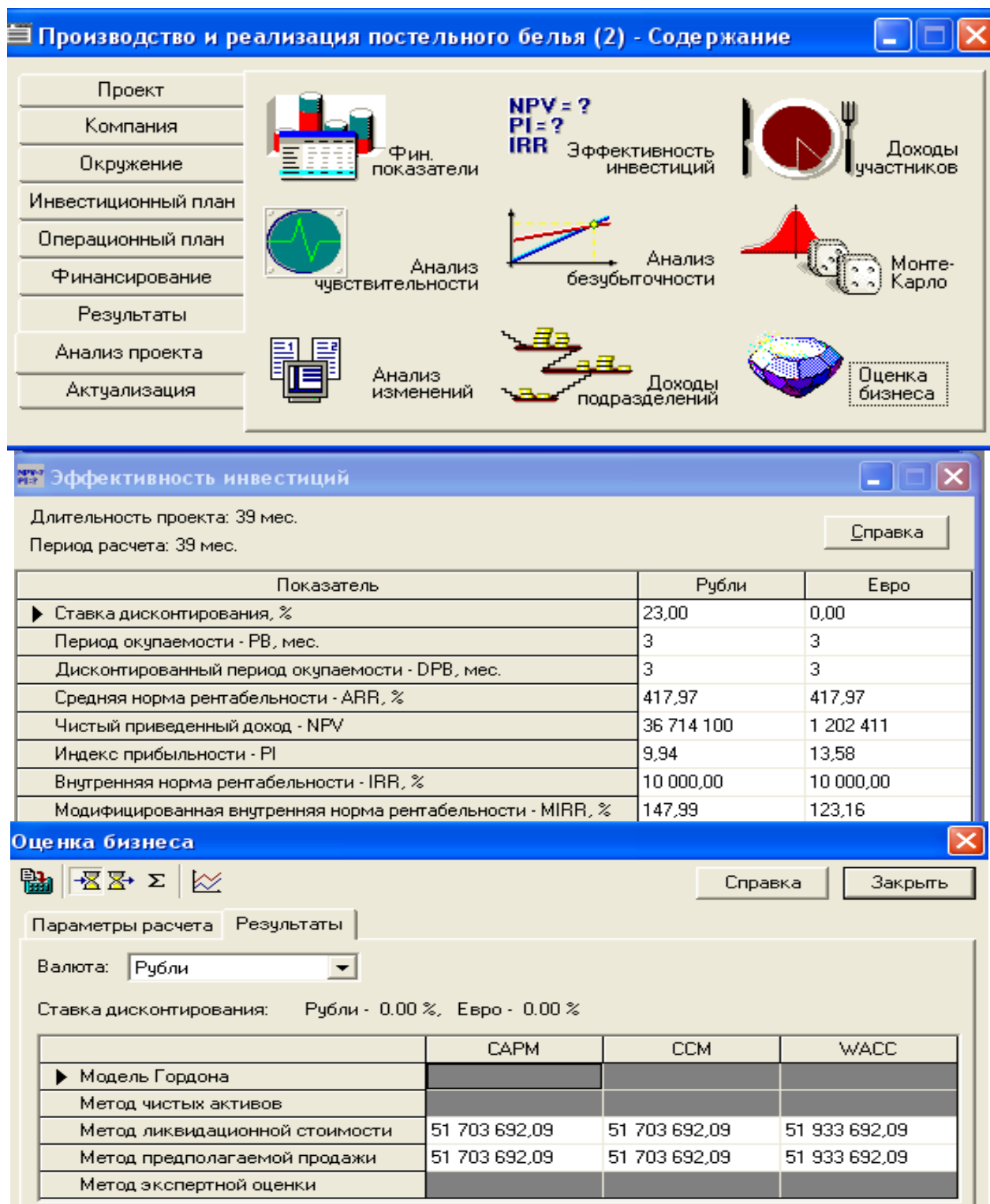


Рисунок 3 –Примеры анализа результатов моделирования

Раздел «Актуализация» предназначен для осуществления контроля за ходом выполнения проекта. Здесь можно ввести актуальные данные о фактических поступлениях и выплатах, посмотреть актуализированный отчет о движении денежных средств и получить отчет о рассогласовании планируемых и фактических денежных потоков.

Итак, Project Expert – лучшая в своём классе программа, ставшая, благодаря своим возможностям, стандартом для бизнес-планирования и оценки инвестиционных проектов в России, странах СНГ и Балтии.

Аналитическая система Project Expert – программа позволяющая «прожить» планируемые инвестиционные решения без потери финансовых средств, предоставить необходимую финансовую отчётность потенциальным инвесторам и кредиторам, обосновать для них эффективность участия в проекте. Незаменима для создания и выбора оптимального плана развития бизнеса, проработки финансовой части бизнес-плана, оценки инвестиционных проектов.[4]

Позволяет моделировать деятельность различных отраслей и масштабов – от небольших венчурных компаний до холдинговых структур. Программа широко используется для финансового моделирования и разработки бизнес-планов производства и оказания услуг в банковском бизнесе, телекоме, строительстве, нефтедобыче и нефтепереработке, транспорте, химии, перерабатывающей и лёгкой промышленности, машиностроении, аэрокосмической отрасли, энергетике.

Программа Project Expert является именно той программой, которая готова поработать дублером финансового менеджера. Она воплощает имитационную модель, с помощью которой можно воспроизвести деятельность компании.

#### **Список использованных источников**

1. [http://www.fors.ru/pls/portal/docs/PAGE/FDC/MAGAZINE/03/http\\_texts/fors\\_kurilovich\\_plan.html](http://www.fors.ru/pls/portal/docs/PAGE/FDC/MAGAZINE/03/http_texts/fors_kurilovich_plan.html)
2. <http://www.itstan.ru/excel/istorija-pojavlenija-i-razvitija-elektronnoj-tablicy.html>
3. <http://www.economic-s.ru/index.php/category/practice/modeling/page/2/>
4. <http://expert-systems.com/financial/pe/>

*Селькова А.С., Оборина Д.В.  
студентки 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель: Колчанова П.С.,  
ст. преподаватель каф. прикладной информатики и естественнонаучных дисциплин  
Пермский институт экономики и финансов  
(г. Пермь)*

#### **Развитие информационных технологий в сфере современного бизнеса**

Человечество вступило в новый этап своего развития. Современное общество принято именовать информационным. Развитие компьютерной техники, информационно-коммуникационных технологий, создание и распространение глобальной сети Интернет открывают невиданные ранее возможности для использования информации.

Цель данной статьи состоит в определении значимости развития информационных технологий (ИТ) в современном бизнесе.

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- изучить сущность информации и ИТ;
- рассмотреть виды информационных технологий;
- определить современное состояние и перспективы развития информационных технологий в бизнесе;
- выявить проблемы развития информационных технологий и перспективы развития ИТ;

- сделать выводы по проделанной работе.

Любому предприятию, фирме, организации в процессе экономической деятельности приходится постоянно сталкиваться с большими информационными потоками: международными, экономическими, политическими, конкурентными, технологическими, рыночными, и т.д. При этом из множества потоков информации необходимо отобрать то, что соответствует поставленным целям. Качественная информация делает действия специалистов различных областей экономики целенаправленными и эффективными. В сложившихся условиях все более важной становится роль информационных технологий (ИТ).

Под информационной технологией следует понимать систему методов и способов сбора, накопления, хранения, поиска, обработки, анализа, выдачи данных, информации и знаний на основе применения аппаратных и программных средств в соответствии с требованиями, предъявляемыми пользователями [1].

К основным видам информационных технологий относятся [1]:

1. Информационная технология обработки данных предназначена для решения хорошо структурированных задач, алгоритмы решения которых хорошо известны и для решения которых имеются все необходимые входные данные.
2. Информационная технология управления предназначена для информационного обслуживания всех работников предприятий, связанных с принятием управленческих решений.
3. Информационная технология автоматизированного офиса призвана дополнить существующую систему связи персонала предприятия.
4. Информационная технология поддержки принятия решений предназначена для выработки управленческого решения, происходящей в результате итерационного процесса, в котором участвуют система поддержки принятия решений и человек.
5. Информационная технология экспертных систем основана на использовании искусственного интеллекта. Экспертные системы дают возможность менеджерам получать консультации экспертов по любым проблемам, о которых в этих системах накоплены знания.

Современные информационные технологии используются в различных сферах деятельности, таких как: малый и средний бизнес, торговля, менеджмент, промышленность, финансовая деятельность и т.д.. Например, в сфере торговли используются ИТ электронного обслуживания клиентов. Они позволяют автоматизировать многие процессы, связанные с торговлей и оказанием пользователям различных видов услуг. Создаваемые для этого ИС автоматизируют процессы поиска нужных позиций в прайс-листах, позволяют вести архив документов, составлять бухгалтерскую отчетность, анализировать спрос и предложения, выбирать оптимальные пути доставки товаров. [2]

В условиях рыночной экономики все больше приобретают популярность Интернет-магазины или потребительские аукционы, позволяющие осуществлять розничную торговлю с отдельными потребителями. В них отсутствуют затраты на аренду и заработную плату большого штата продавцов. В результате такие магазины устанавливают цены на товары в Интернете ниже, чем в традиционных «реальных» магазинах. При этом предлагается большой ассортимент товаров, который не может предложить «реальный» магазин. [1]

Далее рассмотрены проблемы развития информационных технологий и перспективы их развития.

Барьеры, препятствующие развитию рынка ИТ, можно условно разделить на законодательные проблемы, общие для всей отрасли, факторы, сдерживающие рост внутреннего рынка, факторы, ограничивающие рост экспорта, а также институциональные проблемы.

Неразвитость базового законодательства в сфере ИТ сдерживает развитие как спроса, так и предложения на рынке ИТ. Действующие федеральные законы «Об информации, информатизации и защите информации» [3], «Об участии в международном информационном обмене» и некоторые другие создавались более 10 лет назад. За это время возникла необходимость согласования содержащихся в них правовых норм с положениями россий-



ского гражданского законодательства, с учетом возможностей новых информационных технологий, а также задач по борьбе с антиобщественными явлениями при их использовании.

Барьеры, сдерживающие развитие внутреннего рынка, обусловлены во многом низким спросом на ИТ со стороны основных групп потребителей: государства, населения, предприятий.

Спрос на ИТ со стороны государственных органов и бюджетных организаций ограничен из-за отсутствия необходимого объема финансирования масштабных государственных программ и проектов информатизации, нехватки квалифицированных и образованных пользователей, а также специалистов в сфере ИТ, недостаточной эффективности проведения конкурсов на выполнение государственных заказов. Высокие сроки и сложность ускоренной амортизации компьютерного оборудования для государственных органов и бюджетных учреждений является важным препятствием для модернизации существующей технической базы в сфере ИТ. [4]

Проблемы, ограничивающие развитие экспорта в сфере ИТ.

Для таможенного оформления экспорта продукции ИТ в соответствии с существующим законодательством предоставляется около двадцати документов, что приводит к задержкам в оформлении экспорта и росту административных расходов компаний, стимулируя увод экспортных операций в сфере ИТ за рубеж.

К проблемам институционального характера относятся: низкий уровень развития механизмов привлечения финансирования, недостаточный уровень развития и доступности телекоммуникационной инфраструктуры, несоответствие системы подготовки профессиональных кадров в сфере ИТ мировым стандартам, а также отсутствие эффективных механизмов применения законодательства о защите интеллектуальной собственности. [1]

Недостаточный уровень развития и доступности телекоммуникационной инфраструктуры тормозит развитие малых и средних предприятий отрасли, препятствует их выходу на мировой рынок и развитию отношений с зарубежными партнерами.

Несоответствие системы профессиональной подготовки специалистов в сфере ИТ ведущим международным стандартам приводит к дефициту кадров необходимой квалификации, особенно специалистов среднего звена и руководителей проектов информатизации, невозможности эффективной конкуренции российских специалистов со специалистами других стран.

Предприятия отрасли ИТ не в состоянии самостоятельно решить перечисленные проблемы. В этих целях необходимо проведение скоординированной государственной политики, направленной на устранение названных барьеров и обеспечение государственной поддержки развития рынка ИТ в России.

Необходимо обеспечить государственную поддержку развития внутреннего рынка на основе стимулирования спроса со стороны государства, населения и предприятий всех отраслей экономики для обеспечения масштабного внедрения и использования ИТ в социально-экономической сфере и государственном управлении и решения задачи модернизации страны.

Обеспечение государственной поддержки данных направлений кроме специальных мер, предполагает также совершенствование базового законодательства в сфере ИТ и формирование институциональных основ развития отрасли.

В данной статье были проанализированы сферы деятельности ИТ, рассмотрена проблематика возникновения барьеров, препятствующих развитию ИТ в сфере современного бизнеса, так же сформулированы мероприятия по устранению этой проблемы. Определена значимость развития информационных технологий в современном бизнесе. Цель данной статьи достигнута.

### **Список использованных источников**

1. Информационные технологии управления: Учебное пособие, М.В. Бастриков; Институт.– Калининград: Изд-во Ин-та «КВШУ», 2005.
2. Информационные системы в экономике. И. В. Чернышев, А.Н. Никулин, Д.Н. Рас-торгуев. – УлГТУ, 2009.
3. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.02.2014).
4. Компьютерные технологии в жизненном цикле изделия: Учебное пособие, Яблочников Е.И., Фомина Ю.Н., – СПб: СПбГУ ИТМО, 2010.

*Спицына К.В.*  
*студентка 1 курса экономического факультета*  
*Научный руководитель: Батуева Н.В.,*  
*ст. преподаватель каф. прикладной информатики и естественнонаучных дисциплин*  
*Пермский институт экономики и финансов*  
*(г. Пермь)*

### **Имитационное моделирование результатов деятельности предприятия с помощью Microsoft Excel**

В течение последнего десятилетия большое количество работ в области имитационного моделирования посвящено объединению технологий моделирования и искусственного интеллекта (точнее, его прикладного направления, связанного с разработкой систем, основанных на знаниях). Результатом такого объединения являются системы имитационного моделирования, основанные на знаниях. Эти системы заключают в себе знания, необходимые для квалифицированного проведения исследований по имитационному моделированию объектов соответствующих классов. Тем самым значительно расширяются границы применимости методов имитационного моделирования: от пользователей подобных систем уже не требуется специальных знаний в области программирования и имитационного моделирования. [1,2]

Достижения современной экономической науки предъявляют новые требования к высшему профессиональному образованию экономистов. Современное экономическое образование, – утверждает директор ЦЭМИ РАН академик В.Л. Макаров, – держится на трех китах: макроэкономике, микроэкономике и эконометрике. В период перехода к рыночной экономике возрастает роль прогнозных методов, методов имитационного моделирования. Без знания этих методов невозможно ни исследование и теоретическое обобщение эмпирических зависимостей экономических переменных, ни построение сколь-нибудь надежного прогноза в банковском деле, финансах или бизнесе.

MICROSOFT EXCEL является одной из самых популярных программ работающих в операционной среде Windows, поскольку объединяет возможности графического и текстового редактора с мощной математической поддержкой.

Функции EXCEL и встроенные возможности пакета анализа данных используют базовые принципы моделирования, базирующиеся на математическом аппарате методов финансово-экономических расчетов. Использование возможностей компьютера и табличного процессора EXCEL позволяет облегчить выполнение расчетов и представить их в удобной для пользователя форме. [3]

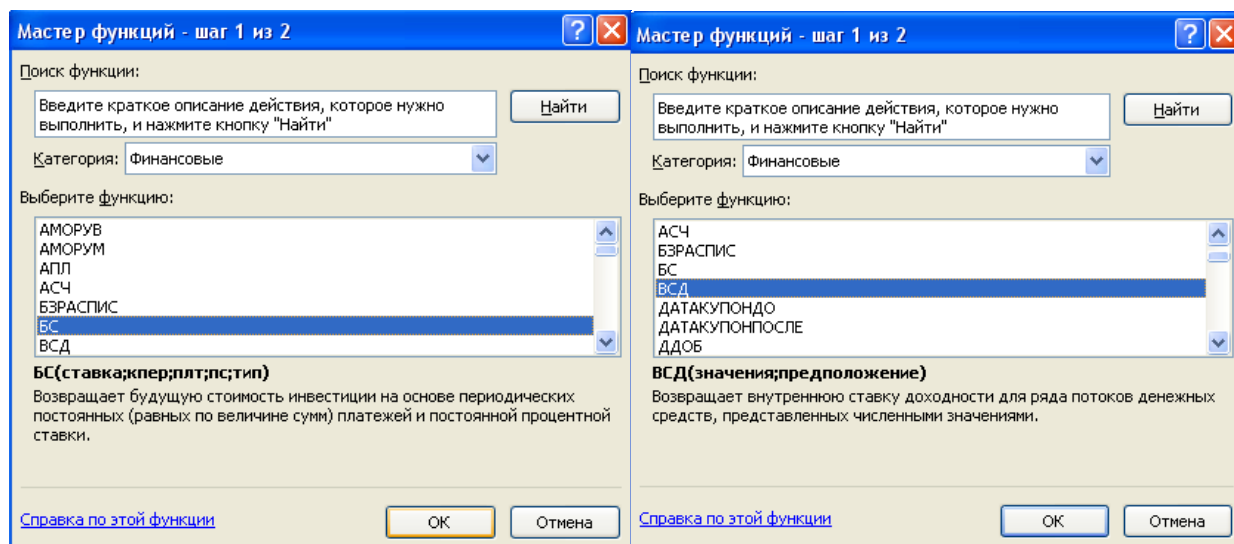


Рисунок 1 – Примеры использования финансовых функций для расчета прогнозных результатов инвестиционной деятельности

С помощью таких финансовых функций, как БС, ВСД, НАКОПДОХОД, ЧПС (см. рис. 1), можно спрогнозировать результаты инвестиционной деятельности предприятия в виде размера будущей стоимости инвестиционных вложений, внутреннюю норму доходности планируемого денежного потока, вычислить накопленный процент по операциям с ценными бумагами и, наконец, чистый приведенный доход от реализации инвестиционных проектов.

При этом для анализа прогнозных результатов можно использовать такие дополнительные показатели, которые исследуют устойчивость полученных результатов. В таком случае используются финансовые функции ЧИСТВНДОХ, ПРПЛТ, которые определяют внутреннюю ставку доходности для графика денежных потоков и определяют сумму платежей процентов по инвестиционным вложениям (см. рис. 2).

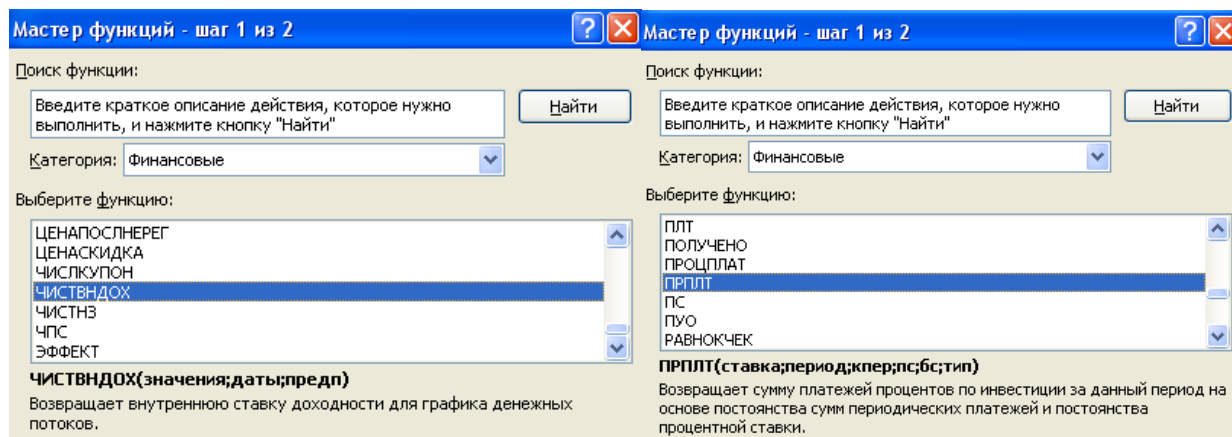


Рисунок 2 – Примеры использования финансовых функций по специализированным показателям

При решении многих задач анализа финансовых результатов деятельности предприятия используются модели, содержащие случайные величины, поведение которых не поддается управлению со стороны лиц, принимающих решения. Такие модели называют стохастическими. Применение имитации позволяет сделать выводы о возможных результатах, основанные на вероятностных распределениях случайных факторов (величин). Стохастическую имитацию часто называют методом Монте-Карло.

Проведение имитационных экспериментов в среде MICROSOFT EXCEL можно осуществить двумя способами – с помощью встроенных функций и путем использования ин-

струмента «Генератор случайных чисел» дополнения «Анализ данных» (Analysis ToolPak).

Представим пример использования графических инструментов MICROSOFT EXCEL для построения прогнозных результатов на основе регрессионного анализа данных.[4]

Таблица 1 – исходные данные для анализа

Банк	Собственный капитал, млн. руб.	Кредиты частным лицам, млн. руб.
Банк Москвы	18579	5768
Росбанк	12879	4466
МДМ-банк	13887	7266
ММБ	8380	4119
Промстройбанк	9528	2719
Ситибанк	8953	3576
Промсвязьбанк	5222	822
Петрокоммерц	8373	1693
Номос-банк	6053	476
Зенит	7373	421
Транскредитбанк	3768	993

Построим поле корреляции, чтобы сформулировать гипотезу о форме связи (см. рис.3). Форма связи может быть прямая, линейная.

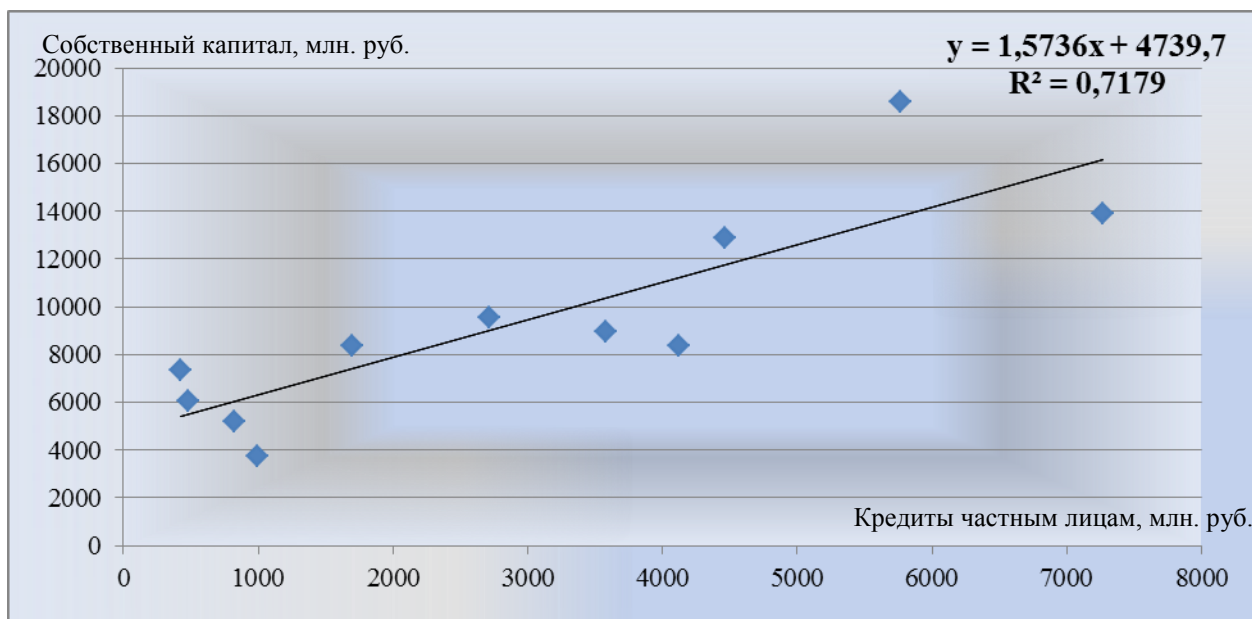


Рисунок 3 – поле корреляции размера собственного капитала банка и размера кредитов частным лицам

Рассчитаем прогнозные значения на основе полученного уравнения связи в таблице 2.

Таблица 2 – прогнозные значения размера собственного капитала банка

	Собственный капитал, млн. руб.	Кредиты частным лицам, млн. руб.
Вариант 1	3000	9 461
Вариант 2	5000	12 608
Вариант 3	10000	20 476

Итак, MICROSOFT EXCEL является одним из наиболее доступных и простых в применении инструментом для проведения корреляционного и регрессионного анализа, что является неотъемлемой частью в эконометрическом моделировании.

### **Список использованных источников**

1. [http://www.fors.ru/pls/portal/docs/PAGE/FDC/MAGAZINE/03/http\\_texts/fors\\_kurilovich\\_plan.html](http://www.fors.ru/pls/portal/docs/PAGE/FDC/MAGAZINE/03/http_texts/fors_kurilovich_plan.html)
2. <http://www.itstan.ru/excel/istorija-pojavlenija-i-razvitija-elektronnoj-tablicy.html>
3. <http://excel-2010-year.narod.ru/application.htm>
4. <http://www.economic-s.ru/index.php/category/practice/modeling/page/2/>

*Сушко А.В.*

*студентка 3 курса факультета управления*

*Научный руководитель: Попова Т.Е., магистр экономики и управления,  
ст. преподаватель каф. теории и практики государственного управления*

*Академия управления при президенте Республики Беларусь  
(Минск, Беларусь)*

### **Краудсорсинг в государственном управлении**

За сравнительно короткий период времени термин краудсорсинг стал использоваться все чаще в выступлениях глав государств, политиков, бизнесменов, а также в средствах массовой информации. Однако, следует выяснить, является ли данный процесс новой технологией в управлении как для государства, так и для бизнеса, либо это еще одно новое понятие, использование которого представляет собой лишь «модное направление» и не учитывает риски и последствия применения такой технологии.

На сегодняшний день механизмы краудсорсинга находят свое практическое применение во многих сферах деятельности, где не требуются специальные знания и навыки профессионалов. Данное направление представляет большой практический интерес для использования его в сфере государственного управления как способ эффективного и целенаправленного взаимодействия органов государственной власти и всего общества. Тем не менее, вопрос об эффективности применения краудсорсинга и поиск примеров успешной и эффективной его реализации остается до сих пор открытым.

Рассматривая данный вопрос, писатель и журналист Джефф Хау сформулировал в своей книге «Коллективный разум как инструмент развития бизнеса» 10 правил краудсорсинга [1]. В целом, автор утверждает, что краудсорсинг основан на одной простой идее: коллективный разум всегда более продуктивен, чем отдельный, даже самый гениальный человек; а достижения добровольцев-любителей зачастую превосходят достижения экспертов крупнейших глобальных корпораций [1, с. 102].

Однако, в государственном секторе даже при благоприятном стечении обстоятельств эффективность краудсорсинга будет ниже, чем в бизнес-структурах. Это может быть обусловлено рядом проблем: необходимостью обеспечить краудсорсинг не только нормативно, но и внедрить соответствующую информационно-коммуникационную инфраструктуру, понятную и эффективную в использовании, в первую очередь, для граждан. Привлечение гражданского общества к принятию управленческих решений также является значимым барьером в использовании технологий краудсорсинга.

Несмотря на существующие проблемы, положительные изменения как в экономическом и политическом секторе, так и в социальной и других сферах жизни людей приводят к желанию использовать механизмы открытости и краудсорсинга многими государствами.

В процессе реализации механизмов краудсорсинга выгоду, как правило, могут получить и государственные структуры, и народ, как равноправные стороны целостного процесса. Это влечет за собой некоторые изменения как внутри страны, так и на мировой арене:

- повышается степень доверия граждан к правительственным программам и мероприятиям республиканского уровня;
- пристальное внимание населения страны к деятельности служащих способствует повышению мотивации к профессиональному росту и повышению квалификации, а также развитию личностных характеристик в условиях постоянно возрастающей конкурентной борьбы. Как правило, молодое поколение рассматривает государственное управление с позиции инновационного подхода для поиска возможностей и путей еще более эффективного управления;
- улучшается репутация служащих в глазах всего общества;
- выделяются конкретные задачи и обоснованно объективные оценки для государственных служащих в процессе решения проблем, сформулированные гражданами на платформах краудсорсинга и через другие инструменты открытости власти.

Повышение уровня государства в мировом рейтинге имеет место тогда, когда правительство страны следует четырем основным показателям открытости экономики для международной торговли: 1) обеспечивает доступ к внутреннему рынку, 2) повышает эффективность административного управления на границах (постоянно совершенствуется нормативно-правовая база и более прозрачны торговые и тарифные ограничения), 3) улучшает деловой климат, 4) также совершенствует транспортную и коммуникационную инфраструктуру. На основании этих показателей составляется рейтинг стран по уровню вовлеченности в международную торговлю [2].

Главной проблемой в уровне открытости экономики исследователи считают чрезвычайно ограниченный доступ к рынку, обусловленный обременительной нормативно-правовой базой и многочисленными торговыми и тарифными ограничениями, многие из которых носят технический характер [3]. Механизмы открытости и технология краудсорсинга, реализуемые на разных уровнях, дают возможность повлиять не только на степень развития экономики, но и всего государства в целом.

Необходимо осознавать, что краудсорсинг – это инструмент, не дающий гарантии в решении всех проблем и ответа на все вопросы. Для реализации такого механизма необходимо четко определить задачу и выяснить, является ли краудсорсинг наиболее приемлемым способом ее решения. Как следствие, ошибочное мнение, что применение краудсорсинга – это сравнительно легкий выход из проблем, привело множество компаний к разочарованию. В государственном секторе все намного сложнее и требует еще более детальной проработки. Хотелось бы отметить, что технология краудсорсинга может быть представлена лишь как зарождающийся метод, использование которого не исключает прохождение через стадию проб и ошибок.

#### **Список использованных источников**

1. Д. Хау Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса: [пер. с англ.]. М.: Изд-во «Альпина Паблишер». – 2012. – 288 с.
2. Рейтинг стран по уровню вовлеченности в международную торговлю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://delovoysaratov.ru/press-center/ratings/rating\\_of\\_the\\_countries\\_international\\_trade](http://delovoysaratov.ru/press-center/ratings/rating_of_the_countries_international_trade) – Дата доступа: 25.12.2013.
3. Что такое краудсорсинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://crowdsourcing.ru/article/what\\_is\\_the\\_crowdsourcing](http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing) – Дата доступа: 27.12.2013.

### Вычисление предельных вероятностей процесса размножения и гибели

Процесс размножения и гибели – это случайный процесс со счётным (конечным или бесконечным) множеством состояний, протекающий в дискретном или непрерывном времени. Он состоит в том, что некоторая система в случайные моменты времени переходит из одного состояния в другое, причём переходы между состояниями происходят скачком, когда наступают некоторые события. Как правило, эти события бывают двух типов: одно из них условно называют рождением некоторого объекта, а второе – гибелью этого объекта.

Данная тема крайне актуальна ввиду высокой значимости марковских процессов в исследовании экономических, экологических и биологических процессов, кроме того, марковские процессы лежат в основе теории массового обслуживания, которая в настоящее время активно используется в различных экономических направлениях, в том числе управлении процессами на предприятии.

Марковские процессы размножения и гибели находят широкое применение в объяснении различных процессов, происходящих в физике, биосфере, экосистеме и т.д. Надо отметить, что данный тип марковских процессов получил свое название именно вследствие широкого применения в биологии, в частности при моделировании гибели и размножения особей различных популяций.

Перейдем к формальному описанию процесса размножения и гибели в непрерывном времени. Будем полагать, что в каждый момент времени может произойти рождение или гибель только одного объекта. Число объектов в системе может быть конечным или бесконечным. Математическая модель не зависит от природы объектов и их физических свойств.

Процесс размножения и гибели описывается графом состояний, приведенным на рис. 1.

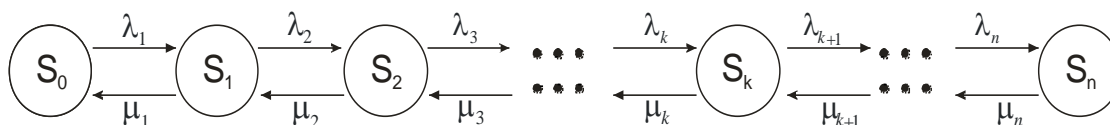


Рисунок 1 – Граф состояний процесса размножения и гибели

Каждое состояние  $S_i$  системы характеризуется предельной вероятностью  $P_i$ . Она показывает среднее относительное время пребывания системы в этом состоянии [1].

Вычислить предельные вероятности состояний системы можно по следующим формулам:

$$P_0 = \left( 1 + \frac{\lambda_1}{\mu_1} + \frac{\lambda_2 \cdot \lambda_1}{\mu_2 \cdot \mu_1} + \dots + \frac{\lambda_n \cdot \dots \cdot \lambda_2 \cdot \lambda_1}{\mu_n \cdot \dots \cdot \mu_2 \cdot \mu_1} \right)^{-1} \quad (1)$$

$$P_1 = \frac{\lambda_1}{\mu_1} P_0, \quad P_2 = \frac{\lambda_2 \cdot \lambda_1}{\mu_2 \cdot \mu_1} P_0, \quad \dots, \quad P_n = \frac{\lambda_n \cdot \dots \cdot \lambda_2 \cdot \lambda_1}{\mu_n \cdot \dots \cdot \mu_2 \cdot \mu_1} P_0 \quad (2)$$

С помощью математических моделей такого процесса находят характеристики, которые позволяют производить его анализ, сравнивать между собой различные процессы, выбирать и конструировать лучшие варианты и даже управлять такими процессами [2].

Рассмотрим возможности решения экономической задачи, математическая модель которой основана на процессе размножения и гибели, в среде Excel.

В автохозяйстве 5 автомобилей. Каждый из них в среднем 4 раза в год ломается, и ремонт длится в среднем 1 месяц. Определить, какую долю времени  $i$  автомобилей исправны ( $i=0, 1, 2, 3, 4, 5$ ) и среднее число исправных автомобилей в произвольный момент времени.

#### Решение задачи:

Введем следующие состояния:  $S_0$  – все автомобили сломаны;  $S_1$  – один исправен;  $S_2$  – 2 исправны;  $S_3$  – 3 исправны;  $S_4$  – 4 исправны;  $S_5$  – все автомобили исправны. Построим граф состояний (рисунок 2).

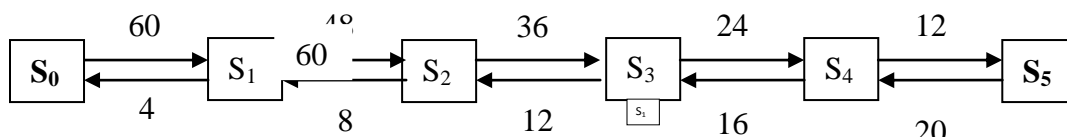


Рисунок 2 – Граф состояний

а) Создадим экранную форму для ввода условия задачи и введем данные в экранную форму (рисунок 3).

таблицы		иллюстрации		диаграммы			
E15		fx					
	A	B	C	D	E	F	G
1	Состояния	$S_0 - S_1$	$S_1 - S_2$	$S_2 - S_3$	$S_3 - S_4$	$S_4 - S_5$	
2	$\lambda$	60	48	36	24	12	
3	$\mu$	4	8	12	16	20	
4							
5	Вероятности состояний	$P_0$	$P_1$	$P_2$	$P_3$	$P_4$	$P_5$
6	Значения вероятностей						
7							

Рисунок 3 – Создание экранной формы

б) Выделим строку 8 для промежуточных вычислений (для расчета суммы в знаменателе по формуле для нахождения вероятности  $P_0 = \frac{1}{1 + \frac{\lambda_1}{\mu_1} + \frac{\lambda_2 \cdot \lambda_1}{\mu_2 \cdot \mu_1} + \dots + \frac{\lambda_n \cdot \dots \cdot \lambda_2 \cdot \lambda_1}{\mu_n \cdot \dots \cdot \mu_2 \cdot \mu_1}}$ ).

- ввести в **A8** цифру 1;
- ввести в **B8** формулу:  $=A8*B2/B3$ ;
- заполнить ячейки **B8:F8** с помощью функции автозаполнения.

в) Найдем вероятности состояний:

- для расчета вероятности  $P_0$  введем в ячейку **B6** формулу:  $=1/SUMM(A8:F8)$ ;
- для расчета других вероятностей вводим в **C6** формулу  $=B6*B2/B3$  и автозаполняем результат на ячейки **C6:G6**.

г) Найдем среднее число исправных автомобилей в произвольный момент времени.

Для этого введем в ячейку **B10** формулу:  $=0*B6+1*C6+2*D6+3*E6+4*F6+5*G6$ .

Результат решения задачи представлен на рисунке 4.



E13		$f_x$					
	A	B	C	D	E	F	G
1	Состояния	$S_0 - S_1$	$S_1 - S_2$	$S_2 - S_3$	$S_3 - S_4$	$S_4 - S_5$	
2	$\lambda$	60	48	36	24	12	
3	$\mu$	4	8	12	16	20	
4							
5	Вероятности состояний	$P_0$	$P_1$	$P_2$	$P_3$	$P_4$	$P_5$
6	Значения вероятностей	0,000977	0,014648	0,087891	0,263672	0,395508	0,237305
7							
8	1	15	90	270	405	243	
9							
10	N=	3,75					
11							

Рисунок 4 – Решение задачи

Нами рассмотрена сущность и математическая модель процесса размножения и гибели. При более широкой постановке задачи на события «рождение» и «гибель» объекта могут накладываться другие события и процессы. В результате граф состояний усложняется, например, он может иметь ветвящуюся структуру, где расширены возможности переходов между состояниями.

#### Список использованных источников

1. Вентцель, Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методология / Е.С. Вентцель. – М.: Наука, 1988. – 208 с.
2. Зеленцов, Б.П. Математические модели на основе процесса размножения и гибели объектов / Б.П. Зеленцов. // Соросовский образовательный журнал. – 2001. – № 6. – С. 92 – 97.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Секция I Современные финансовые инструменты развития экономики региона, отрасли, предприятий и учреждений.....</b>	<b>4</b>
<b>Батрак Т.В.</b>	
Особенности налогообложения банковской деятельности .....	4
<b>Бигдан М.Г.</b>	
Рациональное направление деятельности фермерских хозяйств в зависимости от разных факторов влияния .....	7
<b>Булгакова Н.Г.</b>	
Формирование и использование прибыли предприятия .....	9
<b>Бычкова А.Э.</b>	
Проблемы и методы управления денежными средствами на предприятиях.....	12
<b>Воронцов К.О.</b>	
Государственно-частное партнерство как эффективный инструмент развития Республики Беларусь.....	15
<b>Воронцов К.О., Иванов А.П.</b>	
Регулирование спортивной сферы в Республике Беларусь.....	17
<b>Горина Ю.В., Большакова А.В.</b>	
Прогнозирование вероятности банкротства предприятия в современных условиях ...	20
<b>Камчатов И.А.</b>	
Роль золота в современной экономике .....	23
<b>Ковыляева Е.А.</b>	
Валютные войны: участники, причины и последствия .....	25
<b>Кужлева И.В.</b>	
Актуальные проблемы управления финансовыми результатами предприятий в современных условиях .....	27
<b>Латыпова А.Р.</b>	
Перспективы развития продукции животноводства в личном подсобном хозяйстве ..	31
<b>Мякота А.Н.</b>	
Особенности антикризисного регулирования на микроуровне экономики .....	32
<b>Панова А.Г.</b>	
Риски при операциях с кредитными картами .....	34
<b>Пестерева О.Л.</b>	
Заменяют ли электронные деньги бумажные? .....	36
<b>Пикулева С.А.</b>	
Пути улучшения использования оборотных средств.....	39
<b>Пономаренко А.А.</b>	
Анализ рисков доходных поступлений г. Кременчуга .....	42
<b>Попова А.А.</b>	
Лизинг как метод финансирования капитальных вложений.....	45
<b>Постников В.П.</b>	
Моделирование оптимального тарифа общественного пассажирского транспорта в крупных городах .....	47
<b>Рослик В.С.</b>	
Анализ дебиторской задолженности .....	50

<b>Савицкая В.К.</b>	
Государственная поддержка как фактор обеспечения конкурентоспособного аграрного производства: зарубежный опыт и отечественные реалии .....	53
<b>Хайруллин Д.А.</b>	
Венчурное финансирование в России: проблемы и перспективы .....	56
<b>Чабан Е.А.</b>	
Особенности обеспечения прибыльности предприятия .....	58
<b>Чернова О.Н.</b>	
Актуальные проблемы эффективного использования финансовых ресурсов предприятий .....	61
<b>Шевченко О.В.</b>	
Анализ внешнеэкономической деятельности ОАО «Амкодор» .....	64
<b>Якушева Н.М.</b>	
Повышение эффективности деятельности IT-компаний .....	67
<b>Секция II Роль кредитно-финансовых институтов в развитии экономики в современных условиях .....</b>	<b>70</b>
<b>Березутская А.В.</b>	
Концепция сбалансированного развития и формирование ключевых показателей текущей деятельности банка .....	70
<b>Бизунова Я.А.</b>	
Кредит по карте .....	72
<b>Богусева Д.В.</b>	
Дистанционное банковское обслуживание .....	76
<b>Валова И.А.</b>	
Где лучше и дешевле переводить деньги по России и за рубеж? .....	79
<b>Власова А.В.</b>	
Банк как финансовый партнер малого бизнеса .....	82
<b>Гавриленко М.К.</b>	
Просроченная задолженность в коммерческом банке: причины и последствия .....	84
<b>Галушко О.Д.</b>	
Коммерческое кредитование в экономической системе Российской Федерации .....	86
<b>Гармаш Я.С.</b>	
Внедрение 3D Secure-технологии .....	89
<b>Главатских Ю.Г.</b>	
Профессиональный банковский гид – корпоративный журнал – ПермьБанк.ru .....	92
<b>Глинская В.В.</b>	
Анализ основных вопросов, поступающих в контактные центры банков .....	94
<b>Гришина А.Н.</b>	
Сравнительный анализ кредитной карты и потребительского кредита на примере ОАО «Сбербанк России» .....	96
<b>Грязнова Т.А.</b>	
Банкоматные мошенничества с пластиковыми картами .....	99
<b>Губина Е.С.</b>	
Особенности внешнего долга Российской Федерации .....	102
<b>Дорошенко А.Г.</b>	
Автокредитование в России: итоги 2013 г. ....	104

<b>Князева М.В.</b>	
Анализ рынка негосударственного пенсионного обеспечения России.....	107
<b>Кобелева М.С.</b>	
О причинах банкротства банков России .....	110
<b>Кожина О.Н.</b>	
Механизм осуществления расчетно-кассовых операций в банковском учреждении.....	112
<b>Кремнёва Е.Б.</b>	
Проблемы отмывания денежных средств в банках.....	115
<b>Кузжикова Ю.А.</b>	
Базель III: вопросы внедрения в России.....	117
<b>Кузеванова К.И.</b>	
Электронный кошелек – проще некуда.....	120
<b>Кузьмич Д.Д., Черкес А.Р.</b>	
Малый бизнес и стимулирование его развития в Республике Беларусь.....	122
<b>Куклина А.В.</b>	
Динамика расходов на рекламу коммерческих банков .....	125
<b>Лемякина М.В.</b>	
Внедрение CRM-системы в коммерческих банках .....	127
<b>Мурзина А.Д.</b>	
Коррупция в системе государственных закупок и пути борьбы с ней .....	129
<b>Никитина К.Ю.</b>	
Деньги должны работать .....	131
<b>Пищикова С.К.</b>	
Фальшивомонетничество и борьба с ним .....	134
<b>Попова Т.А.</b>	
Особенности финансового поведения населения.....	136
<b>Постникова К.А.</b>	
Беспроцентный кредит: миф или реальность?.....	138
<b>Ращупкина Е.А.</b>	
Системы денежных переводов внутри России и за рубеж .....	140
<b>Репетило А.Ю.</b>	
Оценка уровня капитализации украинских банков.....	143
<b>Рыбников А.С.</b>	
На пути защиты карточных платежей .....	146
<b>Сергеева Н.О.</b>	
Современные платежные электронные системы.....	148
<b>Слободяник Е.П.</b>	
Этапы управления активами корпоративных негосударственных пенсионных фондов – стратегическая модель .....	151
<b>Соколова М.В.</b>	
Уникальная валюта-Bitcoin.....	154
<b>Спирина Н.А.</b>	
Динамика и причины изменения курса рубля .....	157
<b>Титова М.В.</b>	
Современная система потребительского кредитования в РФ .....	159

<b>Токмолаев К.А.</b>	
Насколько сейчас удобен лизинг .....	162
<b>Черных М.Э.</b>	
Ипотека или аренда в Пермском крае .....	164
<b>Чухрий Е.В.</b>	
Быстрые деньги.....	166
<b>Секция III Менеджмент: современные проблемы и перспективы развития</b>	<b>170</b>
<b>Ананина А.О.</b>	
Определение рейтинга поставщика .....	170
<b>Бобкевич Р.В.</b>	
Особенности формирования персонала на примере ресторанного бизнеса.....	173
<b>Возмищева Л.Е., Спадерова Н.А.</b>	
Влияние «зеленого» интеллектуального капитала на конкурентные преимущества фирмы .....	175
<b>Воронина Е.А.</b>	
Особенности развития рынка интеллектуального ресурса Республики Беларусь .....	178
<b>Дорогокупля С.В.</b>	
Новые взгляды на политику менеджмента персонала: опыт Германии .....	180
<b>Курбангалиев Э.А.</b>	
Партизанский маркетинг: научный и практический аспект.....	182
<b>Кычкина А.С.</b>	
Управление конфликтами в инновационных организациях .....	184
<b>Лапытько А.А.</b>	
Гуманизация труда в условиях инновационного развития организации.....	187
<b>Мошкарева А.А.</b> .....	<b>189</b>
Анализ финансового контроля на предприятии .....	189
<b>Хамицевич Ю.И.</b>	
Характеристика мирового рынка калийных удобрений .....	191
<b>Чернова А.А.</b>	
Управление запасами на предприятии как фактор экономической эффективности работы предприятия .....	194
<b>Секция IV Проблемы и перспективы развития российской экономики</b> .....	<b>196</b>
<b>Балеевских В.Г.</b>	
Институциональные условия формирования капитала здоровья в России .....	196
<b>Винникова Е.А.</b>	
Конкурентоспособность российских предприятий черной металлургии на мировом рынке.....	198
<b>Деменева Н.В.</b>	
Особенности и проблемы развития малого предпринимательства в Пермском крае (на примере предприятия «Мясной изыск») .....	201
<b>Каменских М.А.</b>	
Оценка уровня развития креативной экономики США и России.....	204
<b>Карисова К.Р.</b>	
Оптимальная валютная зона в РФ: миф или реальность? .....	207

<b>Коньшина Н.Н.</b>	
Анализ финансового поведения работающего населения.....	209
<b>Кутарова И.А., Храмова А.К.</b>	
Перспективы развития платного высшего образования в России .....	212
<b>Макарова О.В.</b>	
Социально ориентированные некоммерческие организации в Пермском крае: проблемы и пути развития.....	214
<b>Плюснин Я.И.</b>	
Тенденции в области производства и потребления биотоплива в современных условиях.....	217
<b>Тарасова С.Ю.</b>	
Ситуация в сфере здравоохранения в Пермском крае .....	220
<b>Секция V Проблемы реформирования бухгалтерского учета и системы налогообложения.....</b>	<b>223</b>
<b>Гноевая И.Н.</b>	
Пути совершенствования организации учета модернизации и реконструкции основных средств.....	223
<b>Данилейко Е.А.</b>	
Особенности отражения гудвилла в учете .....	225
<b>Душенко А.О.</b>	
Особенности учета модернизации основных средств в Украине в сравнении с Россией .....	227
<b>Капуш К.А.</b>	
Проблемы и перспективы применения стратегического учета .....	230
<b>Коневских Н.А.</b>	
Особенности проведения камеральной проверки .....	232
<b>Пантелеева А.Н.</b>	
Анализ учета заработной платы в России и за рубежом .....	234
<b>Пасполитак Д.Р.</b>	
Трансформация финансовой отчетности украинских предприятий в финансовую отчетность по МСФО .....	236
<b>Чубка О.Ю.</b>	
Проблемы и пути уравнивания задолженностей бюджетных учреждений в Украине и Российской Федерации.....	239
<b>Шестак А.В.</b>	
Реформа упрощенной системы налогообложения для субъектов малого предпринимательства в Беларуси .....	241
<b>Яковенко Я.Ю.</b>	
Социальная ответственность как элемент нефинансовой отчетности компаний .....	243
<b>Секция VI Человек в современном изменяющемся мире .....</b>	<b>246</b>
<b>Алексеева К.М.</b>	
Философское осмысление понятия «счастья» .....	246
<b>Алиев Р.З.</b>	
Национальная специфика стереотипов современных студентов .....	248
<b>Бельтюкова Е.Ю., Соседкова А.В.</b>	
История города Краснокамск как отражение истории страны .....	251

<b>Глаголева Ю.С., Хомякова А.А.</b>	
Установки студентов на вторичную занятость.....	253
<b>Завьялова М.Д.</b>	
Психографология (практический аспект) .....	256
<b>Корзун А.В.</b>	
Общество потребления .....	258
<b>Мирон Я.Ю.</b>	
Семантические преобразования аббревиатур как отражение изменений в обществе.....	260
<b>Холодилина Л.А.</b>	
Экологическая проблематика в пермской печатной прессе. Жанрово-тематический анализ.....	262
<b>Хохрякова Н.В.</b>	
Прецедентные тексты и их ассоциативный потенциал .....	264
<b>Шабанова Г.А., Канзепарова Р.И.</b>	
Народы Пермского края: история и современность .....	266
<b>Шайхелгалиева Д.А.</b>	
Прецедентные тексты современных студентов.....	269
<b>Юсупбаева К.В.</b>	
Суррогатное материнство в России .....	272
<b>Секция VII Актуальные вопросы юриспруденции.....</b>	<b>275</b>
<b>Айтакова А.Д.</b>	
Гражданско-правовой анализ договора коммерческого найма жилого помещения ..	275
<b>Баталова Е.С.</b>	
Гражданско-правовая характеристика договора подряда .....	277
<b>Батыркаева Л.Р.</b>	
Правовое регулирование договора поставки в современных рыночных условиях ....	278
<b>Буторина Н.В.</b>	
Влияние правовой культуры на экономическую жизнь общества и государства.....	281
<b>Волкова Э.Ю.</b>	
Актуальность договора возмездного оказания медицинских услуг в современных условиях.....	283
<b>Данилов Н.Е.</b>	
Развитие аутосорсинга в органах государственной власти.....	286
<b>Даняева А.О.</b>	
Проблемы реализации гражданско-правовой ответственности федеральных казенных учреждений и пути их решения .....	289
<b>Запевалова Д.В.</b>	
Подряд на выполнение проектных и изыскательских работ.....	291
<b>Золотарев П.О.</b>	
Генезис проблемы правового регулирования крестьянского (фермерского) хозяйства .....	293
<b>Зубов А.В.</b>	
Пенсии по выслуге лет сотрудникам ФСИН .....	296
<b>Канзепарова Р., Елисеева А.</b>	
Проблема самофинансирования пенитенциарных заведений в условиях рыночной экономики.....	298

<b>Козьминых Д.А.</b>	
Современные тенденции развития договора возмездного оказания услуг.....	301
<b>Королькова А.А.</b>	
Принцип добросовестности в гражданском праве РФ.....	303
<b>Кузнецова А.В.</b>	
Финансовый агент и клиент, как стороны договора финансирования под уступку денежного требования (факторинга), их права и обязанности .....	305
<b>Кулишова А.П.</b>	
Конституционно-правовая характеристика определения исполнительной власти РФ .....	307
<b>Мясникова А.М.</b>	
О возмещении убытков (гражданско-правовой аспект) .....	309
<b>Митькина А.В.</b>	
Правовые последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения требования, являющегося предметом уступки .....	312
<b>Назарова А.В.</b>	
Современная система транспортных договоров.....	313
<b>Накаряков Д.А.</b>	
Парадипломатия регионов: правовые аспекты регулирования .....	316
<b>Первушина Ю.Ю.</b>	
К вопросу ответственности перевозчика за неподачу транспортных средств (гражданско-правовой аспект) .....	319
<b>Пермяков Д.Д.</b>	
Права человека в условиях военного конфликта: международно-правовое регулирование .....	321
<b>Собашикова К.</b>	
Современные тенденции развития договора перевозки пассажиров и багажа .....	323
<b>Собянина А.А.</b>	
Виды имущественной ответственности за нарушение патентных прав .....	325
<b>Соколова-Чечелева А.В.</b>	
Взаимодействие органов исполнительной власти и общественных объединений на примере Пермского края.....	328
<b>Сурхаев А.Д.</b>	
Правовые аспекты, касающиеся взыскания на имущество юридических лиц по гражданским делам.....	331
<b>Тютина С.В.</b>	
Право человека на достоверную информацию об окружающей среде в Российской Федерации .....	333
<b>Халиков М.Р.</b>	
Проблемы реализации конституционных прав .....	335
<b>Холомина А.Р.</b>	
Гражданско-правовое законодательство регулирующее договор займа .....	338
<b>Чекина Н.М.</b>	
Эволюция партийной системы Великобритании: закон Дюверже.....	340
<b>Чуприна Я.С.</b>	
Личность экономического преступника.....	344



<b>Чуприна Я.С.</b>	
Наука и власть в современном обществе .....	346
<b>Шмыков Е.В.</b>	
Влияние интеллектуальной собственности на экономику государства.....	350
<b>Якимова Е.В.</b>	
Подходы к соотношению понятий недвижимая вещь, недвижимое имущество и недвижимость .....	352
<b>Секция VIII Реклама в современном обществе .....</b>	<b>355</b>
<b>Аристов С.В.</b>	
Совершенствование работы с клиентами в рекламном агентстве.....	355
<b>Бабарико Ю.С.</b>	
Интернет-маркетинг и его место на современном этапе развития общества.....	357
<b>Воскобойникова В.Ю.</b>	
Скрытая реклама и ее роль в современном обществе.....	359
<b>Евсейчик Т.В., Кащенко А.К.</b>	
Проблемы и перспективы развития брендинга территории Республики Беларусь ....	361
<b>Карпеченко А.О., Драчёв Д.Ю.</b>	
SMM – продвижение государственных органов и организаций в социальных сетях	363
<b>Нехайчик А.О.</b>	
PR-технологии в политической сфере.....	366
<b>Никифорова Д.А, Ларионова А.В.</b>	
О некоторых методах позиционирования товара.....	368
<b>Пашкова О.Г</b>	
Роль связей с общественностью в коммерческой сфере .....	371
<b>Сегодник А.А.</b>	
Роль и влияние рекламы на современное общество .....	373
<b>Сорока Е.А.</b>	
Реклама в современном обществе.....	376
<b>Христолюбова О.А.</b>	
Социальное партнёрство как условие повышения качества подготовки будущих специалистов.....	378
<b>Чудова О.И.</b>	
Особенности организации креативной деятельности рекламного агентства .....	380
<b>Секция IX Новые информационные технологии и информационное обеспечение предприятий и организаций .....</b>	<b>383</b>
<b>Бахрамов Ш.Т.</b>	
Использование технологий Microsoft Visio для решения задач моделирования на предприятии .....	383
<b>Брагина И.Л.</b>	
Информационные технологии в деятельности муниципальных органах власти.....	386
<b>Букреева Г.А., Лебедев М.Э.</b>	
Перспективы осуществления безналичных платежей с помощью современных технологий.....	390
<b>Муртазин Д.Р.</b>	
Применение информационных технологий в управлении предприятием.....	392

<b>Науменко И.А.</b>	
Информационные технологии в сфере розничной торговли .....	395
<b>Петрушко А.В.</b>	
Роль информационно-коммуникационных технологий в развитии международных экономических связей .....	397
<b>Попова А.А.</b>	
Вычисление финальных вероятностей состояний системы с марковским случайным процессом средствами MS Excel.....	400
<b>Пупырева Н.О.</b>	
Имитационное моделирование результатов инвестиционного проекта с помощью Project Expert .....	403
<b>Селькова А.С., Оборина Д.В.</b>	
Развитие информационных технологий в сфере современного бизнеса .....	407
<b>Спицына К.В.</b>	
Имитационное моделирование результатов деятельности предприятия с помощью Microsoft Excel .....	410
<b>Сушко А.В.</b>	
Краудсорсинг в государственном управлении .....	413
<b>Хохлова А.Е.</b>	
Вычисление предельных вероятностей процесса размножения и гибели .....	415



Научное издание

# **Человек. Общество. Экономика: проблемы и перспективы взаимодействия**

Сборник статей по материалам  
VIII ежегодной всероссийской с международным участием  
научно-практической конференции студентов

Ответственный редактор  
Е.В. Поносова

Макетирование – С.Н. Баталова

Издание осуществляется в авторской редакции.  
Авторы опубликованных материалов несут ответственность  
за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных,  
собственных имен, географических названий и прочих сведений,  
а также за то, что в материалах не содержится данных, не подлежащих открытой публикации.  
При перепечатке материалов ссылка на данный источник обязательна.

---

Подписано в печать 18.03.2014. Формат 60 × 90/8.  
Усл. печ. л. 53,5 Уч.-изд. л. 35,3 Печ. л. 35,3  
Тираж 1000 экз.

---

Отпечатано в редакционно-издательском отделе  
АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов»  
Адрес: 614000, г. Пермь, ул. Куйбышева, 98 А