



# Economics

№ 5 (14), 2016

EDITOR IN CHIEF

Valtsev S.

EDITORIAL BOARD JOURNAL

*Abdullaev K.* (PhD in Economics, Azerbaijan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Koval'ov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Maslov D.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Skripko T.* (PhD in Economics, Ukraine), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Russian Federation).

EDITORIAL BOARD PUBLISHING HOUSE

*Abdullaev K.* (PhD in Economics, Azerbaijan), *Alieva V.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Alikulov S.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Anan'eva E.* (PhD in Philosophy, Ukraine), *Asaturova A.* (PhD in Medicine, Russian Federation), *Askarhodzhaev N.* (PhD in Biological Sc., Republic of Uzbekistan), *Bajtasov R.* (PhD in Agricultural Sc., Belarus), *Bakiko I.* (PhD in Physical Education and Sport, Ukraine), *Bahor T.* (PhD in Philology, Russian Federation), *Baulina M.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Blejh N.* (D.Sc. in Historical Sc., PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Bogomolov A.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Gavrilenkova I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Garagonich V.* (D.Sc. in Historical Sc., Ukraine), *Glushhenko A.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Grinchenko V.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Gubareva T.* (PhD Laws, Russian Federation), *Gutnikova A.* (PhD in Philology, Ukraine), *Datij A.* (Doctor of Medicine, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Divenko O.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Dolenko G.* (D.Sc. in Chemistry, Russian Federation), *Esenova K.* (D.Sc. in Philology, Kazakhstan), *Zhamul'dinov V.* (PhD Laws, Russian Federation), *Il'inskih N.* (D.Sc. Biological, Russian Federation), *Kajrakbaev A.* (PhD in Physical and Mathematical Sciences, Kazakhstan), *Kaftaeva M.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Koblanov Zh.* (PhD in Philology, Kazakhstan), *Koval'ov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kravcova T.* (PhD in Psychology, Kazakhstan), *Kuz'min S.* (D.Sc. in Geography, Russian Federation), *Kurmanbaeva M.* (D.Sc. Biological, Kazakhstan), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Linkova-Daniels N.* (PhD in Pedagogic Sc., Australia), *Maslov D.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Macarenko T.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Nazarov R.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Ovchinnikov Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Petrov V.* (D.Arts, Russian Federation), *Rozyhodzhaeva G.* (Doctor of Medicine, Republic of Uzbekistan), *San'kov P.* (PhD in Engineering, Ukraine), *Selitrenikova T.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Skripko T.* (PhD in Economics, Ukraine), *Sopov A.* (D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Strekalov V.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Stukalenko N.M.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Kazakhstan), *Subachev Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Sulejmanov S.* (PhD in Medicine, Republic of Uzbekistan), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Uporov I.* (PhD Laws, D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Chiladze G.* (Doctor of Laws, Georgia), *Shamshina I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sharipov M.* (PhD in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Shevko D.* (PhD in Engineering, Russian Federation).

Publishing house «PROBLEMS OF SCIENCE»

Founded in 2009. Issued monthly

EDITORIAL OFFICE ADDRESS:

117321, Russian Federation, Moscow, Profsoyuznaya str., 140

SUPPORT:

153008, Russian Federation, Ivanovo, Lezhnevskaya st., h.55, 4th floor

Phone: +7 (910) 690-15-09.

<http://scienceproblems.ru> / e-mail: [admbestsite@yandex.ru](mailto:admbestsite@yandex.ru)

Moscow

2016

# Economics

## № 5 (14), 2016

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: Вальцев С.В.

Заместитель главного редактора: Котлова А.С.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

*Абдуллаев К.Н.* (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Акбуллаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Трезуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Курпаяниди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Маслов Д.В.* (канд. экон. наук, Россия), *Скрипко Т.А.* (канд. экон. наук, Украина), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Цицулян С.В.* (канд. экон. наук, Россия).

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

*Абдуллаев К.Н.* (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Алиева В.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Акбуллаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Аликулов С.Р.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Ананьева Е.П.* (канд. филос. наук, Украина), *Асатурова А.В.* (канд. мед. наук, Россия), *Аскарходжаев Н.А.* (канд. биол. наук, Узбекистан), *Байтасов Р.Р.* (канд. с.-х. наук, Белоруссия), *Бакико И.В.* (канд. наук по физ. воспитанию и спорту, Украина), *Бахор Т.А.* (канд. филол. наук, Россия), *Блейх Н.О.* (д-р ист. наук, канд. пед. наук, Россия), *Богомолов А.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Гавриленкова И.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Гарагонич В.В.* (д-р ист. наук, Украина), *Глуценко А.Г.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Гринченко В.А.* (канд. техн. наук, Россия), *Губарева Т.И.* (канд. юрид. наук, Россия), *Гутникова А.В.* (канд. филол. наук, Украина), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Дивненко О.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Доленко Г.Н.* (д-р хим. наук, Россия), *Жамулдинов В.Н.* (канд. юрид. наук, Россия), *Ильинских Н.Н.* (д-р биол. наук, Россия), *Кайракбаев А.К.* (канд. физ.-мат. наук, Казахстан), *Кафтаева М.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Кобланов Ж.Т.* (канд. филол. наук, Казахстан), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Крацова Т.М.* (канд. психол. наук, Казахстан), *Кузьмин С.Б.* (д-р геогр. наук, Россия), *Курманбаева М.С.* (д-р биол. наук, Казахстан), *Курпаяниди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Линькова-Даниельс Н. А.* (канд. пед. наук, Австралия), *Маслов Д.В.* (канд. экон. наук, Россия), *Матеева М.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Мацаренко Т.Н.* (канд. пед. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Назаров Р.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Овчинников Ю.Д.* (канд. техн. наук, Россия), *Петров В.О.* (д-р искусствоведения, Россия), *Розыходжаева Г.А.* (д-р мед. наук, Узбекистан), *Саньков П.Н.* (канд. техн. наук, Украина), *Селитреникова Т.А.* (канд. пед. наук, Россия), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Скрипко Т.А.* (канд. экон. наук, Украина), *Сопов А.В.* (д-р ист. наук, Россия), *Стрекалов В.Н.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Стукаленко Н.М.* (д-р пед. наук, Казахстан), *Субачев Ю.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Сулейманов С.Ф.* (канд. мед. наук, Узбекистан), *Трезуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Упоров И.В.* (канд. юрид. наук, д-р ист. наук, Россия), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Цицулян С.В.* (канд. экон. наук, Россия), *Чиладзе Г.Б.* (д-р юрид. наук, Грузия), *Шамицина И.Г.* (канд. пед. наук, Россия), *Шарипов М.С.* (канд. техн. наук, Узбекистан), *Шевко Д.Г.* (канд. техн. наук, Россия).

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

117321, РФ, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 140

СЛУЖБА ПОДДЕРЖКИ:

153008, РФ, г. Иваново, ул. Лежневская, д.55, 4 этаж

Тел.: +7 (910) 690-15-09.

<http://scienceproblems.ru> / e-mail: [admbestsite@yandex.ru](mailto:admbestsite@yandex.ru)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) Свидетельство ПИ № ФС 77 - 60216

Редакция не всегда разделяет мнение авторов статей, опубликованных в журнале

Издается с 2014 года

Выходит 12 раз в год

Сдано в набор:

27.05.2016

Подписано в печать:

30.05.2016

Формат 70x100/16.

Бумага офсетная.

Гарнитура «Таймс».

Печать офсетная.

Усл. печ. л. 8,45

Тираж 1 000 экз.

Заказ № 694

ТИПОГРАФИЯ

ООО «ПресСто».

153025, г. Иваново,

ул. Дзержинского, 39,  
оф.307

ИЗДАТЕЛЬСТВО

«Проблемы науки»

г. Москва

# Содержание

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.....</b>  | <b>6</b>  |
| <i>Korsakova E.</i> (Russian Federation) Government regulation of economic growth mechanism / <i>Корсакова Е. А.</i> (Российская Федерация) Механизм государственного регулирования экономического роста.....   | 6         |
| <i>Gafitulina R.</i> (Russian Federation) Income distribution and analysis of economic growth on the basis of data obtained by the Cobb-Douglas model / <i>Гафитулина Р. Р.</i> (Российская Федерация) Распределение доходов и анализ экономического роста на основе данных, полученных с помощью модели Кобба-Дугласа.....   | 9         |
| <i>Grobovyuk O.</i> (Russian Federation) Public-private partnership as part of the investment mechanism of innovative development / <i>Гробовьюк О. Е.</i> (Российская Федерация) Государственно-частное партнерство как составляющая инвестиционного механизма инновационного развития.....  | 13        |
| <b>ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ.....</b>  | <b>17</b> |
| <i>Demilhanova B.</i> (Russian Federation) Efficient component innovation: guidelines, state, estimation / <i>Демильханова Б. А.</i> (Российская Федерация) Результативная компонента инновационной деятельности: ориентиры, состояние, оценка.....   | 17        |
| <i>Kardapol'tsev K., Usoltsev S.</i> (Russian Federation) Features of the process approach to management of the organization / <i>Кардапольцев К. В., Усольцев С. В.</i> Особенности процессного подхода к управлению организацией.....   | 21        |
| <i>Kardapol'tsev K., Usoltsev S.</i> (Russian Federation) Features of product quality control of the budget organization / <i>Кардапольцев К. В., Усольцев С. В.</i> (Российская Федерация) Особенности управления качеством продукта бюджетной организации.....  | 25        |
| <i>Kharchenko S., Grechanovskaya A., Mitryaeva R., Tomchik V.</i> (Russian Federation) Development of calculation formula for calculating the economic security of the region as an example of the Rostov region / <i>Харченко С. В., Гречановская А. А., Митряева Р. В., Томчик В. А.</i> (Российская Федерация) Разработка формулы расчёта вычисления экономической безопасности региона на примере Ростовской области..... | 29        |
| <i>Gassieva L.</i> (Russian Federation) State Institution Management based on the Balanced Scorecard / <i>Гассиева Л. А.</i> (Российская Федерация) Управление государственным учреждением на основе сбалансированной системы показателей.....  | 33        |
| <i>Berkimbayeva M.</i> (Republic of Kazakhstan) Resistances to change in the company and their causes / <i>Беркимбаева М. С.</i> (Республика Казахстан) Сопrotivления изменениям в компании и их причины.....   | 36        |
| <i>Kuzin A.</i> (Russian Federation) Improve methods of implementation of value management / <i>Кузин А. В.</i> (Российская Федерация) Совершенствование методики внедрения ценностного управления.....   | 39        |

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Muratov A.</i> (Republic of Kazakhstan) The introduction of information management in the railway transport system / <i>Мурашов А. К.</i> (Республика Казахстан) Внедрение информационного управления в системе ЖДТ .....   | 44        |
| <i>Belyaev V.</i> (Russian Federation) Staff motivation at the enterprises of hotel business / <i>Беляев В. А.</i> (Российская Федерация) Мотивация персонала на предприятиях гостиничного бизнеса .....   | 47        |
| <i>Bubelo A.</i> (Russian Federation) Trends in the development of joint ventures / <i>Бубело А. Д.</i> (Российская Федерация) Тенденции развития совместных производств .....   | 50        |
| <i>Ganeev R.</i> (Russian Federation) Classification methods of promotion of "VKontakte" / <i>Ганеев Р. А.</i> (Российская Федерация) Классификация методов продвижения «ВКонтакте» .....  | 53        |
| <i>Ganeev R.</i> ( Russian Federation) Expert assessment of the value of targeted promotion in the social network "VKontakte" / <i>Ганеев Р. А.</i> (Российская Федерация) Экспертная оценка стоимости продвижения таргетингом в социальной сети «ВКонтакте» .....             | 58        |
| <b>ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ .....</b>  | <b>70</b> |
| <i>Bratov A.</i> (Russian Federation) Hedge funds as a form of alternative investments: strategy of development / <i>Братов А. Б.</i> (Российская Федерация) Хедж-фонды как вид альтернативных инвестиций: стратегии развития .....  | 70        |
| <i>Fedintseva E.</i> (Russian Federation) Grant consolidation as a measure of fiscal policy / <i>Фединцева Е. О.</i> (Российская Федерация) Консолидация субсидий как мера бюджетной политики .....  | 75        |
| <i>Erchenkova E.</i> (Russian Federation) On improvement of standard tax deductions of personal income tax / <i>Ерченко Е. М.</i> (Российская Федерация) К вопросу о совершенствовании стандартных налоговых вычетов по НДФЛ .....   | 79        |
| <i>Starinin I.</i> (Russian Federation) The Semiotic Nature of Cryptocurrencies / <i>Старинин И. С.</i> (Российская Федерация) Семиотическая сущность криптовалюты .....   | 83        |
| <b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА .....</b>  | <b>86</b> |
| <i>Seryk O.</i> (Russian Federation) Classification of receivables on purpose of management of her / <i>Серык О. Я.</i> (Российская Федерация) Классификация дебиторской задолженности с целью управления ею .....   | 86        |
| <i>Nemtseva I.</i> (Russian Federation) Analysis of the formation and efficiency of working capital in LLC "Krumb-Service" / <i>Немцева И. А.</i> (Российская Федерация) Анализ формирования и эффективности использования оборотных средств в ООО «Крумб-Сервис» .....        | 88        |
| <i>Agayev I.</i> (Russian Federation) Russia's transition to the international auditing standards / <i>Агаев Я. Б.</i> (Российская Федерация) Переход России на международные стандарты аудита .....   | 93        |
| <b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА .....</b>   | <b>96</b> |
| <i>Buyansky S., Demidova M., Levakova D.</i> (Russian Federation) World practice in bankruptcy procedure for individuals / <i>Буянский С. Г., Демидова М. А., Левакова Д. А.</i> (Российская Федерация) Мировая практика применения процедуры банкротства физических лиц ..... | 96        |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Korostashevich A.</i> (Russian Federation) Trade relations between Russian Federation and the European Union in the contest of European integration process / <i>Коросташиевич А. Л.</i> (Российская Федерация) Торговые отношения между Российской Федерацией и Европейским союзом в контексте европейских интеграционных процессов..... | 99  |
| <i>Popova M.</i> (Russian Federation) Gross Domestic Product as a measure of economic well-being of society / <i>Попова М. С.</i> (Российская Федерация) Валовой внутренний продукт как показатель экономического благосостояния общества.....   | 102 |

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

---

## Government regulation of economic growth mechanism

Korsakova E. (Russian Federation)

## Механизм государственного регулирования экономического роста

Корсакова Е. А. (Российская Федерация)

*Корсакова Елена Александровна / Korsakova Elena - кандидат экономических наук, доцент,  
кафедра политической экономии,*

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

**Аннотация:** в статье рассматривается сущность политики государственного регулирования экономического роста, анализируются особенности кейнсианского подхода к выработке политики экономического роста, дается характеристика основных инструментов денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики, используемых для стимулирования экономического роста.

**Abstract:** the article considers the essence of state regulatory policy economic growth, analyzes the features of the Keynesian approach to the development of economic growth policy, describe the basic tools of monetary and fiscal policy used to stimulate economic growth.

**Ключевые слова:** экономический рост, политика экономического роста, теории экономического роста, инвестиции, сбережения, государственное регулирование, денежно-кредитная политика, бюджетно-налоговая политика.

**Keywords:** economic growth, the policy of economic growth, the theory of economic growth, investment, savings, government regulation, monetary policy, fiscal policy.

Важной составляющей экономической политики современного государства является регулирование экономического роста. Необходимость регулирования обусловлена тем, что экономический рост не является устойчивым. Отмечая присущую рыночной экономике неустойчивость экономического роста, Р. Харрод подчеркивал, что внутри рыночной экономики «работают центробежные силы, заставляя систему все дальше и упорнее отклоняться от требуемой линии развития» [5, с. 120].

Регулирование экономического роста предполагает поддержание постоянства или требуемое изменение определенных макроэкономических показателей, характеризующих процесс экономического роста. Цель политики экономического роста заключается в обеспечении условий для достижения устойчивого сбалансированного экономического роста, а это требует определенных форм вмешательства государства в экономику. Политика экономического роста представляет собой осуществление государством мероприятий, связанных с воздействием на экономическую систему с целью достижения устойчивого равновесного экономического роста. Под механизмом регулирования экономического роста следует понимать совокупность инструментов фискальной и денежно-кредитной политики, предназначенных для достижения цели политики экономического роста. Главный вопрос, связанный с выработкой политики экономического роста состоит в том, какие меры государственного регулирования способны наилучшим образом стимулировать процесс экономического роста [2, с. 392].

Экономический рост представляет собой сложный экономический процесс. Для выработки адекватной экономической ситуации политики экономического роста следует учитывать не только наличие экономических ресурсов для реализации избранной стратегии роста, но и политические, институциональные, психологические и социальные факторы. Для экономического планирования необходимо осуществление контроля из единого центра.

При выработке политики экономического роста следует учитывать не только исходные технико-экономические условия, но и приоритеты роста, которые определяют направления инвестиций, обеспечивающих экономическое развитие. При этом увеличение инвестиций, направляемых на развитие одной отрасли или сектора экономики, стимулирует развитие остальных отраслей, т.е. дает мультипликационный эффект.

Сторонники кейнсианства указывают на объективную необходимость вмешательства государства в экономику в целях регулирования экономического роста. Они считают необходимым и возможным преодоление нестабильности экономического роста путем эффективного государственного контроля над процессами накопления капитала. Именно активная политика государства, по их мнению, является условием роста производства и доходов, поскольку в рыночной экономике отсутствуют автоматически действующие механизмы, позволяющие удерживать экономику на равновесной траектории экономического роста.

Кейнсианцы рассматривают экономический рост преимущественно с точки зрения фактора спроса [2, с. 392]. Концепция эффективного спроса, на которую они опираются, была разработана еще в 30-ые годы XX века Дж. М. Кейнсом в его книге «Общая теория занятости, процента и денег» [1]. В основе кейнсианской стратегии экономического роста лежит положение, согласно которому в обеспечении устойчивых темпов экономического роста особую роль играют эффективный спрос и его главная составляющая – инвестиции. Низкий темп экономического роста обусловлен низким уровнем совокупных расходов, который не обеспечивает необходимого прироста ВВП. Поэтому они проповедают низкие ставки процента (политику «дешевых денег») [2, с. 392].

Суть кейнсианской стратегии государственного регулирования экономического роста заключается в регулировании процесса накопления капитала. Главное направление политики экономического роста – регулирование соотношения между объемом инвестиций и сбережений, а главный инструмент политики повышения темпов роста – инвестиции. Как отмечал Б. Селигмен, для представителей кейнсианства характерно особое внимание к инвестициям как основному динамическому элементу в экономике [3, с. 500]. Именно инвестиции являются той главной экономической переменной, с помощью которой можно управлять экономическим ростом, а низкий процент – главное средство стимулирования инвестиций.

Экономический рост требует новых инвестиций. Сбережения должны быть равны инвестициям или увеличиваться более высокими темпами. Стимулирование накопления капитала – стратегическое направление кейнсианской политики экономического роста. Р. Харрод отмечал, что «мы живем в условиях режима, при котором объем национальных сбережений в большей степени контролируется государством [5, с. 80].

Для того чтобы соотношение между сбережениями и инвестициями обеспечивало устойчивый равновесный экономический рост, размеры новых инвестиций должны быть достаточны велики для уравновешивания сбережений, соответствующих полной занятости. Сбережения и инвестиции являются ключом к экономическому росту [4, с. 84].

Достижение устойчивого экономического роста предполагает также проведение политики длительного стимулирования темпов экономического роста в целях приближения гарантированного темпа роста к естественному темпу роста, преодоления нестабильности фактического темпа роста. Р. Харрод понимал под гарантированным темпом роста прогнозируемую величину, определяющую непрерывную линию развития с точки зрения предпринимателей, а под естественным темпом роста – максимально возможный в длительном плане темп роста при данных ресурсах и их полной занятости [5, с. 115-123].

Опираясь на достижения теории экономического роста и накопленный опыт государственного регулирования экономического роста, сторонники кейнсианского подхода выделяют следующие основные меры государства, осуществление которых необходимо для достижения устойчивого роста при полной занятости.

1) Меры государственного поощрения самофинансирования инвестиций в частном секторе, налоговые льготы для стимулирования частных инвестиций, субсидии.

2) Меры по стимулированию ускоренной амортизации и предоставление в связи с этим налоговых льгот.

3) Меры, направленные на снижение зависимости объема инвестиций от нормы процента, а именно, планомерное снижение процентной ставки [5, с. 137-139]. Р. Харрод высказывал даже сверхрадикальное предложение о снижении процента вплоть до нулевой отметки. Кризис 2008 года и последующая за ним рецессия в развитых странах, привели к снижению номинальных процентных ставок центральными банками до почти нулевого уровня. В США, Великобритании, Японии и других развитых странах центральные банки поддерживают очень низкие ставки процента на уровне, равном или даже ниже инфляции [6].

4) Меры прямого государственного вмешательства в процессы экономического роста: значительные объемы государственных инвестиций, прямое бюджетное финансирование инвестиций, финансовые меры поддержки частных инвестиций, дешевые кредиты, субвенции, субсидии, дотации для фирм. В США фирмы, действующие в приоритетных отраслях, имеют право на получение кредитов счет бюджета штата на 25 % ниже рыночных на сроки на 50 % длительнее рыночных по ставкам ниже рыночных. Особую роль также играют налоговые методы реализации политики поддержания устойчивого экономического роста.

Финансово-экономический кризис 2008 г. и последовавшая за этим полоса депрессии свидетельствуют о том, что необходим поиск новых форм долгосрочного регулирования экономического роста, учитывающих новые условия, к которым относится глобализация экономики, а также критерии экономического развития. Очевидно, что необходимо совершенствование механизма государственного регулирования экономического роста.

### *Литература*

1. *Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс; пер. Н. Н. Любимова, под ред. Л. П. Куракова. М.: Гелиос АРВ, 2002. 351 с.
2. *Макконнелл К. Р.* Экономикс: принципы, проблемы и политика: в 2 т. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; пер. О. Н. Антиповой. Т. 2. М.: Республика, 1992. 399 с.
3. *Селигмен Б.* Основные течения современной экономической мысли: Пер. с англ. / Б. Селигмен; Общ. ред. и вступ. ст. А. М. Румянцева, Л. Б. Альтера, А. Г. Милейковского. М.: Прогресс, 1968. 598 с.
4. *Хайлбронер Р.* Экономика для всех: Пер. с англ. / Р. Хайлбронер, Л. Тароу. Тверь: Фамилиа, 1994. 271 с.
5. *Харрод Р.* К теории экономической динамики / Р. Харрод // Классики кейнсианства: в 2 томах. Т. 1. М.: Экономика, 1997. 416 с.
6. Таргетирование номинального ВВП: теория или реальная альтернатива? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sberbank.ru/ru/about/analytics/macroeconomics>.

**Income distribution and analysis of economic growth on the basis  
of data obtained by the Cobb-Douglas model  
Gafitulina R. (Russian Federation)**

**Распределение доходов и анализ экономического роста на основе  
данных, полученных с помощью модели Кобба-Дугласа  
Гафитулина Р. Р. (Российская Федерация)**

*Гафитулина Равида Рашидовна / Gafitulina Raviida – магистрант,  
кафедра макроэкономического регулирования,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

**Аннотация:** данная статья посвящена краткому обзору дохода, его распределения, а также взаимосвязи с экономическим ростом с учётом технологического прогресса. Проведённое исследование позволяет утверждать, что анализ распределения доходов, и в том числе его неравномерность, являются важным вопросом политической экономики с учётом социальной стороны данного вопроса, и вопрос решения тех или иных проблем является многогранным.

**Abstract:** this article provides a brief overview of income and its distribution, as well as the relationship with the economic growth, taking into account technological progress. The study suggests that analysis of income distribution, including its inequality, is main issue of political economy, taking into account social side of the issue, and solution of this problem is many-sided.

**Ключевые слова:** экономический рост, распределение доходов, дифференциация доходов, факторы производства, функция Кобба-Дугласа, технический прогресс.

**Keywords:** economic growth, income distribution, income differentiation, factors of production, Cobb-Douglas function, technological progress.

Любой социум представляет собой объединение людей по тем или иным признакам, и главным экономическим признаком в современном мире является доход человека, его величина и способы его получения. Данный показатель является едва ли не главным оценочным фактором возможностей человека или семьи в целом, так как с помощью его можно понять, насколько удовлетворяются потребности человека и как характеризуется его благосостояние. Именно уровень благосостояния является основным показателем разделения общества на группы, а именно социально-экономические классы. Для США, например, в своей книге «Общество в фокусе» социологи Уильям Томпсон и Джозеф Хики представили модель из пяти классов, где средний класс к тому же разделён на два подкласса: высший (1-5 %), высший средний (около 15%), низший средний (около 33 %), рабочий класс (около 30 %) и низший (7-11 %) [2]. Стоит также отметить, что резкая дифференциация населения в значительной степени влияет на социальную неустойчивость, что в большей степени заметно в России, нежели в США, где в 2014 году в бедности проживало 14,8 % населения [1]. Данный показатель не сильно отличается от тех, что были в 2013 году – 15% бедных или 46,7 миллиона бедных жителей. «Экономический рост, который наблюдается в США в последние годы, рост фондовых индексов почти не сказались на бедняках», - в 2013 году в аналогичном исследовании сообщило Бюро переписи населения США. Таким образом, около 1/6 части населения США не являются получателями факторного дохода либо их доход очень мал, чтобы можно было отнести их к низшему среднему классу. Если говорить о России, то, по данным научного доклада «Бедность и неравенства в России: 10 лет спустя», на 2013 год в нашей стране бедных не менее 30%, из которых минимум 4% образуют группу глубокой и застойной бедности, что считается весьма опасным явлением. А если учесть, что с 2014 года против РФ вводились многочисленные санкции, то положение в обществе на

данный момент более чем печальное: впервые за 8 лет граждане стали тратить на продовольственные товары более половины своего дохода, а к режиму экономии перешли не только малообеспеченные, но и средние слои [4]. Всё это говорит о том, что минимум треть населения хоть и остаётся в той или иной степени в числе получателей факторного дохода, но, в то же время, теряет возможность улучшить своё финансовое состояние. Это ещё говорит о том, что финансовая глобализация, технический прогресс, политическое положение в мире и иные макроэкономические факторы могут в значительной мере влиять на дифференциацию доходов в отдельной стране.

Почему доход называется факторным? Как известно, экономическая наука рассматривает 4 фактора производства, и каждому соответствует определённая группа: труду – работники, земле – её владельцы (частное лицо, юридическое лицо либо государство), капиталу – собственники одного, предпринимательской деятельности – владельцы, менеджеры, или управленцы, а также организаторы бизнеса, которые сочетают в себе и владельцев, и управленцев. Эти ресурсы свободно покупаются и продаются, и соответственно приносят факторный доход владельцам: заработную плату, ренту, процент и прибыль. И то, что является факторным доходом для одного, является факторным расходом для других. Одновременно любой доход является номинальным, в результате чего между владельцем того или иного факторного дохода и государством возникают определённые экономические отношения: с каждого работающего или получающего доход в виде ренты или процента лица взимается подоходный налог, и оставшаяся часть является чистым доходом. Но лишь по покупательной способности денег можно реально оценить вес того или иного чистого дохода.

Уровень доходов напрямую влияет на качество потребления, на возможность тратить реальный располагаемый доход либо сберегать его. В зависимости от уровня доходов выделяют малообеспеченные, обеспеченные, состоятельные, богатые и сверхбогатые слои населения, и в условиях стагнации экономики России они резко различаются по направлению расходов. Таким образом, можно сделать вывод, что главным показателем дохода является его величина, точнее покупательская способность, в соответствии с которой можно больше или меньше потреблять, сберегать определённую денежную сумму или и вовсе не иметь возможность к накоплению части денежных доходов. Но чем больше мы можем позволить себе, тем больше мы тратим, что ведёт к экономическому росту, так как больше товаров и услуг продаётся благодаря высокому спросу.

Доход и его распределение всегда были в центре внимания и экономической теории, и экономической политики. Внимание же таких экономистов классики, как Адам Смит, Томас Мальтус и Давид Рикардо, было больше направлено на распределение факторных доходов, напрямую связанное с факторами производства, а именно предпринимательская деятельность, земля, труд и капитал. Современные экономисты также рассматривали данный вопрос, но в большей степени интересовались распределением доходов между домохозяйствами и людьми, ведь именно малый бизнес и физические лица являются основными потребителями и производителями, соответственно за счёт них и в основном и формируется национальный доход страны. Это положение приводит к тому, что в экономической науке под распределением доходов понимается то, как общий объём ВВП страны распределяется среди населения. Стоит также учесть, что важные экономические и политические проблемы включают также отношение между неравенством доходов и экономическим ростом.

Как уже было сказано, ВВП – это сумма факторных доходов, а функциональное распределение доходов, то есть «распределение совокупного дохода между владельцами различных факторов производства» [3], зависит от спроса и предложения на тот или иной фактор производства. Также необходимо учитывать, что совокупные доходы населения формируются из различных источников, и в

дальнейшем при распределении могут переплетаться, например, участие сотрудников в создании прибыли компании, а также могут иметь одного получателя.

Стоит также отметить, что помимо функционального распределения дохода существует и персональное, и главное их отличие в том, что получателем функционального дохода является только лишь собственник фактора, в то время как получателем персонального дохода могут быть и такие слои населения, которые не могли бы их иметь, например, нетрудоспособные, льготники, безработные. В этом положительная сторона того, что в обществе есть несколько видов распределения дохода, так как это позволяет определённым группам граждан не выпадать из экономической жизни государства и также участвовать в создании совокупного дохода в той или иной мере.

Ранее основными составляющими денежных доходов населения в России (тогда ещё РСФСР) были оплата труда, а также социальные трансферты (пенсии, стипендии и т.д.), а с 90-х гг., когда произошли определённые структурные изменения в экономике страны в целом и в доходах населения в частности, к этому перечню добавились доходы от предпринимательской деятельности (теперь уже легальные доходы) и собственности, проценты, дивиденды, рента, доходы от продажи ценных бумаг и иных деривативов. Немаловажным является и то, как именно выглядит структура дохода населения, так как большая доля заработной платы даёт возможность в большей степени участвовать в экономике, а в случае кризиса – больше сберечь. Большая доля трансфертных выплат приводит к снижению экономической активности населения, а также порождает психологию иждивенчества, что мы и видим на примере иммигрантов в Европе: трудоспособные группы, а именно молодёжь и люди до 50 лет, нередко не ищут работу, так как государство выплачивает им государственные пособия или даёт налоговые льготы, вдобавок к этому могут ещё предоставлять социальное жильё. Также бывают случаи, например, в Париже, когда социальное жильё сдают в (суб)аренду по цене нормального жилья, и таким образом, человек может зарабатывать до 1500-2000 евро в месяц, а налоги нередко не платят в казну. Таким образом, можно сделать вывод, что, так называемые, лёгкие доходы при минимальных затратах сил и времени лишают человека трудовой мотивации, в то время как преобладание оплаты труда развивает лидерские качества, здоровую предприимчивость, инициативность и т.п. То есть правильная экономическая политика должна учитывать социальную и психологическую сторону данного вопроса.

В своей работе «Необходимость учёта фактора технического прогресса при анализе экономического роста с помощью функции Кобба-Дугласа» я рассматривала такой тезис, что экономический рост не зависит от технологического прогресса и возможен на основе анализа двух факторов – капитала и рабочей силы (труда), поэтому с помощью производственной функции Кобба-Дугласа можно анализировать и прогнозировать экономический рост для ряда стран (Португалия, Италия, Испания, Германия, Франция) на основании лишь данных по капиталу и рабочей силе. Для анализа были взяты данные за 1990 - 2013 гг. Также на сайте Всемирного Банка не было точных данных по количеству рабочей силы, поэтому я получила собственные данные, используя уровень занятости и численность населения стран по годам. Полученные цифры я прологарифмировала, и именно эти данные и использовались в анализе с помощью линейно-регрессионного анализа в MS Excel. Ни одна рассмотренная мной модель не прошла тест на адекватность, а в случае добавления данных по техническому прогрессу в виде растущей последовательности чисел (от 1 до 24), результат был обратным. Из этого можно сделать важный вывод: каким бы ни был высоким доход населения (как, например, в Германии и Франции в сравнении с аграрными Португалией, Испанией и Италией), как бы государство ни стимулировало население на поиск работы, расходы с целью разогрева экономики и т.п., подобные меры будут лишь поверхностными, а эффект от них кратковременным. Чтобы в долгосрочной перспективе был последовательный рост

совокупного дохода (ВВП), а также его распределении дифференциация была минимальной, необходим постоянный прогресс.

По данным Роберта Солоу, чем больше масса капитала, используемого в производстве, тем ниже норма прибыли, и соответственно необходимо внедрение новых технологий, что приводит к изменению системы. В итоге сдвиги приводят к стойкому повышению производительности, что в дальнейшем приводит к увеличению доходов населения и увеличению налоговых и иных доходов государства, которые в дальнейшем идут на повышение пенсий, стипендий и иных льготных выплат. Как уже было сказано, повышение доходов приводит к увеличению расходов, что в определённые моменты благоприятно влияет на экономику и, соответственно, даёт экономический рост.

В нынешнее время трудно переоценить роль науки и техники в нашей жизни. Технический прогресс помогает улучшить качество жизни, облегчает тяжелую работу. Но в то же время быстрый научно-технический прогресс вызывает ряд проблем, связанных с экологией, например. Несмотря на это, мы не можем отбросить все достижения технического прогресса и строить в таком ключе нашу жизнь. И мое исследование показало, что невозможно прогнозировать рост экономики страны, рост доходов населения, не принимая в расчет то, как влияет на экономику страны технический прогресс. Невозможно постоянно наращивать факторы производства, так как земля, например, является ограниченным ресурсом, к тому же склонному к истощению, и, следовательно, в какой-то момент без рационального использования данного фактора можно прийти к определённой точке, когда рост дохода невозможен, а дальше последует лишь спад. А технический прогресс осуществляет непосредственное влияние, точнее стимулирует эффективное использование таких факторов производства, как капитал, рабочая сила и земля. Если говорить про Россию, то для рывка в экономическом плане, помимо серьёзного технологического прогресса необходимы и структурные изменения, чтобы, во-первых, подготовить необходимые кадры, во-вторых, аккумулировать весь имеющийся потенциал и направить его в нужное русло.

### *Литература*

- 1 [Электронный ресурс]: Current Population Survey Annual Social and Economic Supplement, US Census Bureau, 2015. URL: <http://catalog.data.gov/dataset/current-population-survey-annual-social-and-economic-supplement>. (дата обращения: 25.04.2016).
- 2 Thompson, W. & Hickey, J. Society in Focus. Boston, MA: Pearson, Allyn & Bacon; Beehley, L. Allyn & Bacon; 6 edition. (July 12, 2007).
- 3 Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М. Экономика. Толковый словарь. М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир», 2000. [Электронный ресурс]: URL: <http://dic.academic.ru>. (дата обращения: 25.04.2016).
- 4 Ежемесячный Мониторинг социально-экономического положения и самочувствия населения: 2015 – 2016 гг. (февраль), Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте РФ (ИНСАП). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ranepa.ru/images/docs/monitoring/ek-monitoring/monitoring-march-2016.pdf>. (дата обращения: 25.04.2016).

**Public-private partnership as part of the investment mechanism  
of innovative development  
Grobovyuk O. (Russian Federation)**

**Государственно-частное партнерство как составляющая  
инвестиционного механизма инновационного развития  
Гробовьюк О. Е. (Российская Федерация)**

*Гробовьюк Ольга Евгеньевна / Grobovyuk Olga - специалист отдела клиентского сервиса,  
студент магистратуры,  
«Домус Финанс» ГК InGrad,  
Московский государственный социальный университет, г. Москва*

**Аннотация:** в данной статье рассматривается государственно-частное партнерство как составляющая инвестиционного механизма инновационного развития, анализируются основные пути развития государственно-частного партнерства, включая правовые, экономические, организационные меры, направленные на развитие взаимовыгодного сотрудничества государства и бизнеса в части оказания экономической поддержки предприятием, функционирующим в инновационных сферах.

**Abstract:** this article examines the public-private partnership as part of the investment mechanism of innovative development, analyzes the main ways of development of public-private partnerships, including legal, economic and organizational measures aimed at the development of mutually beneficial cooperation between the state and business in terms of economic support, enterprise in innovative areas.

**Ключевые слова:** государственно-частное партнерство, частные партнеры, инвестиции, инвестиционный механизм, инвестиционное развитие.

**Keywords:** public-private partnership, private partners, investments, investment mechanism, investment development.

### **Вступление**

В мировой практике при ведении бизнеса уже давно и весьма активно используются различные схемы государственно-частного партнерства. Основное преимущество ГЧП состоит в том, что в условиях ограниченных бюджетных средств такое партнерство помогает успешно осуществлять важные инфраструктурные проекты за счет привлечения ресурсов, знаний и опыта частного сектора. Для региональной экономики сегодня в условиях необходимости бюджетной экономии и концентрации бюджетных ресурсов на исключительно приоритетных направлениях развития инструменты ГЧП приобретают особую значимость. Мировая история развития и современная практика ГЧП доказывает то, что организатором таких проектов является государство. Именно власть привлекает частный бизнес и соглашается делить с ним риски, чтобы задачи власти были решены более эффективно.

**Актуальность выбранной темы.** Одна из самых трудных задач XXI века — это развитие и усовершенствование инвестиционного механизма инновационного развития. Недостаточные объемы инвестиций в экономику государства в течение последних двадцати лет отбросил РФ на 93 место в мире по всем показателям. В современных условиях правительство РФ стремится к активизации инновационных процессов с целью поднятия экономики страны, при этом оно особо уделяет внимание росту частных инвестиций посредством заключения соглашений про государственно-частное партнерство. Так, именно успешная реализация крупнейших инвестиционных проектов должна поспособствовать возобновлению увеличения национальной экономики, позволив диверсифицировать ее, понижая зависимость от добывающих отраслей, значительно улучшив деловую среду и повысив уровень жизни в

государстве в целом. Таким образом, изучение государственно-частного партнерства как основной составляющей инвестиционного механизма инновационного развития – это весьма важный и актуальный вопрос современности, требующий тщательного исследования и анализа.

### **Основная часть**

В инновационном бизнесе России система государственно-частного партнерства является механизмом, заместившим государственную технологическую политику при плановой экономике. Этот механизм формирует связи между бизнесом и исследователями. При этом ученые свободны в формировании команды, выборе направлений исследований, проекты проходят кропотливую экспертизу, чтобы снизить риск потери финансовых средств. Это, в свою очередь, становится одним из основных аргументов в привлечении в систему государственного и частного партнерства крупного бизнеса. Учет опыта отечественной науки, крепкие связи с наукой всего мира, осознание необходимости технологического развития отечественной экономики, его поддержка на разных уровнях власти государства позволяют России ответить на технологические вызовы современности.

Одна из наиболее важных задач диверсификации и модернизации российской экономики заключается в развитии ее инфраструктурной основы. Отставание инфраструктуры является значительным препятствием для плавного перехода к инновациям [7, с. 82].

Формирование в инновационной сфере ГЧП как комплекса объективных взаимоотношений и взаимосвязей между бизнесом и властью должно основываться на некоторых методологических принципах:

- должен соблюдаться принцип ответственности и равноправия: все участники реализации проектов в условиях ГЧП имеют одинаковые права в определении различных вариантов эффективного решения задач и достижения целей. Важным является определение обязанностей и ответственности участников такого партнерства;

- содержание ГЧП должно являться адекватным целям и сути социально-экономического развития государства и его субъектов, которые будут определять структуру и конкретные формы взаимодействия бизнеса и государства;

- необходим качественный учет интересов: при государственно-частном партнерстве системные решения должны приниматься, учитывая весь комплекс интересов участвующих сторон;

- необходима концентрация разных ресурсов, а также их источников, благодаря партнерству власти и бизнеса по приоритетным направлениям для реализации инновационных проектов. Критерием отбора ресурсов (их источников в том числе) должна быть возможность для получения максимального синергетического эффекта (экономического, инвестиционного, социального);

- государственно-частное партнерство направляется на последовательное решение текущих, а также стратегических задач в развитии национальной экономики, а также ее регионов. Оно не должно и не может быть простой суммой невзаимосвязанных и разрозненных действий его участников [4, с. 18-19].

С целью обеспечения возможности реализации принципов должны создаваться институциональные условия для развития ГЧП в сфере инноваций. Государство в рамках ГЧП не только инвестирует значительные средства в новые проекты, но и берет часть риска. Главное его предназначение – создавать общеэкономические условия, определяющие развитие инновационной деятельности. Государство должно устранять системные недостатки, препятствующие развитию инноваций, а также создавать всевозможные стимулы для развития деятельности хозяйствующих субъектов в инновационных направлениях [2, с. 31].

Государство располагает большим арсеналом возможностей в направлении развития инновационной сферы в условиях партнерства с бизнес-структурами. Наряду с финансовым обеспечением инновационных проектов необходимо:

- организовывать закупки для нужд наукоемкой продукции, новейших технологий и техники;
- в установленном законодательством порядке создавать льготные условия для осуществления инновационной деятельности, а также стимулирования зарубежных и российских инвесторов, участвующих в процессах реализации инновационных проектов и программ;
- размещать государственные заказы, направленные на выполнение опытно-конструкторских, технологических и научно-исследовательских работ;
- создавать условия для поддержания высокого уровня квалификации специалистов в направлении международного сотрудничества и менеджмента в инновационной сфере;
- содействовать инфраструктурному развитию инновационной деятельности [6, с. 27].

С целью решения всех перечисленных задач необходимо снять противоречия и решить пробелы в законодательстве.

Большую роль в решении задач инновационного обновления отечественной экономики играют финансовые инвестиционные механизмы ГЧП. Направление ГЧП в инновационной деятельности – участие государства в инновациях системы венчурного финансирования. Как институт развития ГЧП, венчурные инновационные фонды рассмотрены далее [6, с. 29].

Венчурный капитал по своей сути представляет звено инновационной инфраструктуры (финансовое звено), объединяющее носителей технологий и носителей капитала. Он решает проблему недостаточности финансов для реализации инновационных проектов.

Важнейшей задачей венчурного инвестирования становится содействие росту определенного бизнеса посредством предоставления определенной суммы средств для обмена на пакет акций некоторого размера или на долю в уставном капитале. Через определенное время наблюдается обратный процесс – купленные акции передаются прежним владельцам, при этом венчурный фонд имеет прибыль. Особенность деятельности таких фондов состоит в следующем: они выступают между объектами инвестирования и инвесторами посредниками [6, с. 30].

Проблема широкого использования данной формы финансирования состоит в том, что закон разрешает создание венчурных фондов исключительно в организационно-правовой форме паевых закрытых инвестиционных фондов (ЗПИФ), куда все средства вкладываются только сразу – по мере создания портфеля проектов это делать невозможно. В практике других стран венчурные фонды создаются в виде обществ с ограниченной ответственностью. Подобная форма организации требует, чтобы подбирались заведомо беспроигрышные проекты, потому что инвесторы, вкладывающие деньги в венчурный фонд, все деньги должны выделить сразу. Поэтому венчурный капитал обладает рядом особенностей: он инвестируется в проекты, отличающиеся повышенным риском (преимущественно инновационные проекты); кроме того, венчурный капитал служит для получения высокой нормы прибыли [1, с. 138].

### **Выводы**

Экономический кризис выявил важность поддержки инновационной модели экономической среды во всех странах. Практика применения ГЧП в научной, инновационной и высоко-технологичной областях во многих западноевропейских странах показывает, что механизм государственно-частного партнерства используется чаще всего в тех сферах, где у бизнеса и государства взаимные интересы, но, вместе с тем, они не могут самостоятельно друг без друга. Такую практику можно видеть в формировании совместных исследовательских центров в тех областях, что традиционно

размещены в зоне ответственности государства, к примеру: экология, здравоохранение, военно-промышленный комплекс и т. д. Переход экономики России на инновационный путь развития в условиях глобализации и интеграции страны в мирохозяйственные связи является императивом для обеспечения национальной безопасности и устойчивого экономического роста в среднесрочной и долгосрочной перспективе. В документах, определяющих стратегию РФ в области инноваций, подчеркивается важность инновационной модели роста. В эпоху глобализации мировой экономики основа успешного позиционирования страны, региона, отрасли лежит в постоянном инновационном обновлении, направленном на достижение максимальной производительности, конкурентоспособности, развитии человеческого капитала.

Таким образом, в целях формирования государственно-частного партнерства в инновационной сфере необходимо, прежде всего, развивать активный диалог на всех уровнях: государство – частный бизнес – научное сообщество; определить и закрепить роли государства и частного бизнеса в рамках модели инновационного развития Российской Федерации и использовать все доступные инструменты формирования благоприятной среды для развития альянса государства и бизнеса в инновационной сфере, накопленные мировой практикой.

### *Литература*

1. *Алпатов А. А., Пушкин А. В., Джанаридзе Р. М.* Государственно-частное партнерство. Механизмы реализации. М.: Альпина Паблшер, 2014. 200 с.
2. *Гохберг Л. М., Кузнецова И. А.* Инновации в российской экономике: стагнация в преддверии кризиса? // Форсайт, 2009. № 2 (10).
3. *Игнатюк Н. А.* Государственно-частное партнерство. М.: Юстицинформ, 2013. 384 с.
4. *Кушкова Э. И.* Государственно-частное партнёрство как фактор становления инновационной экономики в регионе. Вестник Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации. № 1, 2010.
5. *Майданик В. И., Савельева И. Н.* Формирование государственно-частного партнерства в инновационной сфере // Известия УрГЭУ, № 4 (30), 2010.
6. *Морозова И. А., Дьяконова И. Б.* Государственно-частное партнерство как эффективный механизм инновационного развития экономики // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. № 2, 2010.
7. *Татаркин Д. А., Сидорова Е. Н.* Государственно-частное партнерство в системе стратегического развития территорий. Екатеринбург, Институт экономики РАН, 2011. 121 с.

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

**Efficient component innovation: guidelines, state, estimation  
Demilhanova B. (Russian Federation)**

**Результативная компонента инновационной деятельности:  
ориентиры, состояние, оценка  
Демильханова Б. А. (Российская Федерация)**

*Демильханова Бела Антыевна / Demilhanova Bela – кандидат экономических наук, доцент,  
кафедра банковского дела,  
Институт экономики и финансов,  
Чеченский государственный университет, г. Грозный*

**Аннотация:** в статье осуществлен анализ основных показателей результативности инновационной деятельности, на основе которого выявлена недостаточность информационной базы для его проведения. Предложены направления ее совершенствования в целях обеспечения комплексности анализа результатов инновационной деятельности в промышленном комплексе посредством конкретизированных расчетно-аналитических показателей.

**Abstract:** the article analyzes the key performance indicators of innovation, on the basis of which identified lack of information base for it. The directions of its improvement in order to provide complex analysis of innovation in the industrial complex by concretized calculation and analytical performance.

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, технологические инновации, информационная база, показатель, оценка.

**Keywords:** innovation, technological innovation, the information base, the indicator score.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [1], и Долгосрочный прогноз научно-технологического развития Российской Федерации до 2025 года [2], определили основные направления перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития страны. Так, в Концепции заявлено, что «...переход экономики России на инновационный тип развития невозможен без формирования конкурентоспособной в глобальном масштабе национальной инновационной системы (НИС) и комплекса институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих взаимодействие образовательных, научных, предпринимательских и некоммерческих организаций и структур во всех сферах экономики и общественной жизни...».

Основные целевые показатели, намеченные в Концепции к 2020 году, являются:

- доля предприятий, осуществляющих технологические инновации - до 40-50 %;
- доля России на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг - не менее 5-10 % в 5-7 и более секторах;
- удельный вес экспорта российских высокотехнологичных товаров в общем мировом объеме экспорта высокотехнологичных товаров - до 2 %;
- удельный вес инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции - до 25-35 %;
- внутренние затраты на исследования и разработки – до 2,5-3,0 % ВВП.

Затраты на технологические инновации в промышленном производстве России в 2012 г. составляли 122,8 млрд. руб. в 2013 г. – 188,5 млрд. руб. и 2014 г. – 276,3 млрд. руб. На протяжении всего анализируемого периода в структуре затрат на технологические инновации преобладают затраты на приобретение машин и

оборудования. В 2014 году затраты на приобретение машин и оборудования в инновационных целях составили в целом по России – 59,0 %. В то время как на покупку новых технологий расходовалось в России 2,5 % всех средств на технологические инновации.

Инновационная активность предприятий слабо связана с научно-исследовательской деятельностью. В конце анализируемого периода в структуре затрат на технологические инновации доля затрат на НИОКР сократилась в среднем на 1,3 % и составила 15,1 % (для сравнения: по ОЭСР примерно 30,0 %) [3, С. 68]. Кроме того, структура инновационных затрат характеризуется резкими диспропорциями между отдельными видами деятельности: приобретением новых технологий, обучением и подготовкой персонала, маркетинговыми исследованиями и др.

Доля иностранных инвестиций снижается и к концу 2014 года составляет 0,1 % от всех затрат на технологические инновации. Но среди предприятий, осуществляющих технологические инновации, растет доля предприятий, имеющих совместные проекты со странами Запада и Европы: в 2013 г. – 21,3 % (17,6 % - со странами ЕС, 3,7 % - США и Канадой), в 2014 г. – 23,2 % (18,4 % - со странами ЕС, и 4,8 % - США и Канадой) [4, С. 310].

Доля инновационной продукции, в общем, объем отгруженной продукции инновационно-активных предприятий России возросла на 0,4 % по сравнению с началом периода и составила 5,1 % (табл. 1), (рис. 1). Если инновационная активность в целом по России падает, то по Чеченской республике она возрастает с 0,6 % в 2012 году до 1,6 % в 2014 году.

Удельный вес организаций, приобретавших новые технологии, в 2014 году составил 35,8 % (37,3 % - в 2013 г.). При этом организации, передававшие новые технологии, распределились по видам экономической деятельности крайне неравномерно и в большинстве отраслей насчитывают единицы [5, С. 13].

Таблица 1. Основные показатели инновационной деятельности

|  | Россия            |        |        | Чеченская республика |      |       |
|--|-------------------|--------|--------|----------------------|------|-------|
|  | 2012              | 2013   | 2014   | 2012                 | 2013 | 2014  |
| Объем инновационных товаров, работ, услуг,                           | <i>млрд. руб.</i> |        |        | <i>млн. руб.</i>     |      |       |
|  | 775,5             | 959,0  | 1103,4 | 70,7                 | -    | 103,8 |
| Доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции, % | 4,7               | 4,6    | 5,1    | 0,6                  | -    | 1,6   |
| Уровень инновационной активности предприятий, %                      | 9,6               | 9,7    | 8,6    | 0,8                  | 0,8  | 0,5   |
| Число патентных заявок на изобретения                                | 27884             | 27505  | 27712  | 25                   | 24   | 27    |
| Число патентных заявок на полезные модели                            | 9265              | 9588   | 10483  | 6                    | 11   | 10    |
| Выдано патентов:   |                   |        |        |                      |      |       |
| - на изобретения   | 19138             | 18431  | 22260  | 19                   | 13   | 16    |
| - на полезные модели   | 9195              | 9311   | 9250   | 1                    | 7    | 10    |
| Число созданных ППТ*   | 735               | 780    | 854    | -                    | 13   | 8     |
| Число используемых ППТ, ед.  | 168300            | 180300 | 184600 | 194                  | 231  | 322   |

\*ППТ - передовые производственные технологии.

Источники: Регионы России. Социально-экономические показатели, 2015, С. 990-1017; Индикаторы науки: 2015, С. 253, 262; Индикаторы инновационной деятельности, 2015, с. 353.

Большой разрыв между числом созданных и используемых технологий означает, что реализация инноваций осуществляется, главным образом, за счет экспортируемых технологий. Из общего числа используемых в России передовых производственных технологий, 322 единицы в 2014 году используется в Чеченской республике. Почти треть из них как в среднем по России, так по региону, имеют срок внедрения от 1 до 3 лет. На стадиях производства, обработки и сборки используется всего лишь 11,2 % производственных технологий со сроком внедрения «до одного года».

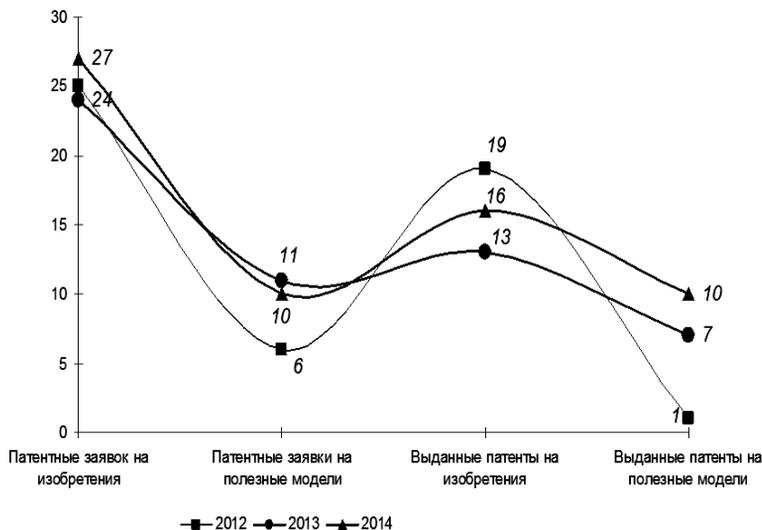


Рис. 1. Показатели инновационной активности в Чеченской республике в 2012-2014 гг.

Проведенный анализ одного из аспектов результата инновационной активности территории (региона), показывает недостаточность информационной составляющей, которая обеспечивала бы комплексность данного анализа и его конкретизацию. Так, в форме № 1-технология в разделе 2 «Сведения об использовании передовых производственных технологий» отражается число используемых технологий, в том числе по периодам начала их внедрения (до 1 года, от 1 до 3 лет и т.д.) и общее число созданных в отчитывающейся организации технологий из числа используемых технологий. По этим данным невозможно определить интенсивность, результативность внедрения (освоения) новых технологий, т.е. число созданных в организации в отчетном (предыдущем) году новых передовых технологий в числе используемых технологий в отчетном году (с периодом начала внедрения до одного года). В связи с этим, предлагается в графу 5 раздела 2 разделить на две подграфы: «в том числе: созданные отчитывающейся организацией в текущем году и прошлом году».

Совершенствование форм отчетности предприятий по инновационной деятельности должно обеспечить оценку конечных результатов внедрения технологических инноваций на основе расчетно-аналитические показателей (табл. 2).

Таблица 2. Расчетно-аналитические показатели инновационной активности в промышленности

| №п/п | Показатели  | Расчет  | Пояснения  |
|------|---|---|--|
| 1.   | Интенсивность затрат на ИиР в предпринимательском секторе, % ( $I_{Пр.сектор}$ )  | $I_{Пр.сектор} = \frac{З_{Пр.сектор}}{V};$ <p>где: <math>З_{Пр.сектор}</math> - внутренние затраты на ИиР в предприним. Сектор (+);<br/> <math>V</math> - общий объем отгруженной инновационной продукции, услуг (-)</p>  | Доля затрат на ИиР в объеме инновационной продукции  |
| 2.   | Внутренние затраты на ИиР в предпринимательском секторе на одно инновационно-активное промышл. предприятие ( $З_{ИАП}$ )  | $З_{ИАП} = \frac{З_{Пр.сектор}}{N};$ <p>где: <math>N</math> – число инновационно-активных промышл. предприятий (-)</p>  | Средний уровень потребления финансовых ресурсов в ПК |
| 3.   | Удельный вес затрат на машины, оборудование и программные средства в целях технологических инноваций в общем объеме инвестиций в основной капитал (инвестиций в машины и оборудование в ПК) ( $У_{маш.об.}$ ) | $У_{маш.об.} = \frac{З_{маш.об.}}{I_{осн.кап.}};$ <p>где: <math>З_{маш.об.}</math> - затраты на машины и оборудование в целях технологических инноваций (+);<br/> <math>I_{осн.кап.}</math> - общий объем инвестиций в основной капитал (инвестиций в машины и оборудование в ПК) (-)</p> | Степень инновационного обновления основных средств;  |
| 4.   | Удельный вес затрат на новые технологии в целях технологических инноваций в общем объеме инвестиций в основной капитал (инвестиций в машины и оборудование в ПК) ( $У_{нов.техн.}$ )                          | $У_{нов.техн.} = \frac{З_{нов.техн.}}{I_{осн.кап.}};$ <p>где: <math>З_{нов.техн.}</math> - затраты на приобретение новых технологий (+);</p>  |  |

«+» - в публикуемых сборниках данные имеются; «-» в публикуемых сборниках данные не имеются.

На основе этих данных определяются показатели результативности внедрения (освоения) новшеств, отражающие скорость внедрения передовых технологий промышленными предприятиями и научными организациями промышленного комплекса, степень инновационности инвестиций в основной капитал, а также показатели структуры затрат на эти цели.

## Литература

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662 р. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ifar.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>. (дата обращения: 29.04.2016).
2. Долгосрочный прогноз научно-технологического развития Российской Федерации до 2025 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mon.gov.ru/files/materials/5053/prognoz.doc>.
3. Бекетов Н. Государственная политика инноваций // Экономист, № 9, 2014, С. 64-71.
4. Индикаторы инновационной деятельности, 2015: статистический сборник / Н. В. Городникова, Л. М. Гохберг. М.: НИУ ВШЭ, 2015. 320 с.
5. Яковец Ю. В., Колин К. К. Стратегия научно-технологического прорыва России / Аналитические материалы. Вып. 7. М.: Стратегические приоритеты, 2015. 40 с.

---

### Features of the process approach to management of the organization Kardapoltsev K.<sup>1</sup>, Usoltsev S.<sup>2</sup> (Russian Federation)

### Особенности процессного подхода к управлению организацией Кардапольцев К. В.<sup>1</sup>, Усольцев С. В.<sup>2</sup> (Российская Федерация)

<sup>1</sup>Кардапольцев Кирилл Владимирович / Kardapoltsev Kirill - кандидат экономических наук, доцент;

<sup>2</sup>Усольцев Сергей Викторович / Usoltsev Sergey - студент магистратуры, кафедра экономики, управления и инвестиций, факультет экономики и управления,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

**Аннотация:** в данной статье рассмотрена сущность процессного подхода к управлению организацией, его специфика, принципы его построения. Авторами было произведено сравнение процессного и функционального подходов, а также проанализировано, к каким результатам может привести внедрение процессного подхода в управление организацией.

**Abstract:** this article describes the essence of the process approach to management of the organization, its specificity, the principles of its construction. The authors have compared the process and functional approaches, and analyze what the results may lead the introduction of the process approach in the management of the organization.

**Ключевые слова:** процесс, процессный подход, владелец процесса.

**Keywords:** process, process approach, process owner.

Высокий динамизм внешнего окружения организации, постоянно возрастающий уровень конкуренции и усиливающиеся требования потребителей заставляют компании внедрять новые подходы к управлению, поскольку успеха могут добиться только те, кто обладает способностью быстро адаптироваться к изменениям, а также способны рационально использовать имеющиеся у них ресурсы и технологии. Этого можно достичь, только уделяя особое внимание вопросам обеспечения качества продукта или услуги через реализацию качества процессов планирования, производства и управления.

Создание систем эффективного управления организациями самого разного характера и сферы деятельности – одна из проблем, стоящих перед современным управлением. Универсального способа для создания таких систем управления не существует, однако возможна разработка общих принципов построения систем управления организацией. В число таких передовых методов построения систем эффективного управления входит так называемый процессный подход к управлению.

Процессный подход в управлении – это подход, определяющий рассмотрение деятельности любой организации как сети бизнес-процессов, связанных с целями и миссией этой компании [5].

В основе этого подхода – взгляд на деятельность предприятия как на реализацию совокупности его бизнес-процессов. Управляя процессами, компания предупреждает ошибки, которые могут возникнуть, и отслеживает эффективность деятельности за счет использования ключевых показателей процессов. Кроме того, данный подход ориентирован не только на организационную структуру предприятия, а на бизнес-процессы, конечными целями которых является создание продуктов или услуг, представляющих ценность для всех видов потребителей, а также является базой построения системы менеджмента качества на предприятии.

В чем же состоит отличие данного подхода к управлению от функционального? При функциональном подходе к управлению перед каждой структурной единицей (сотрудник, отдел, управление) закреплена ряд функций, описана область ответственности, сформулированы критерии успешной и неуспешной деятельности. Горизонтальные связи между структурными единицами слабы, а вертикальные связи по линии «начальник-подчиненный» достаточно сильны. Подчиненный отвечает только за порученные ему функции и, возможно, за деятельность своего подразделения в целом. Функции и результаты работы параллельных структурных единиц его не очень интересуют.

В отличие от функционального, при процессном подходе каждая структурная единица обеспечивает выполнение конкретных бизнес-процессов, в которых она участвует. Обязанности, область ответственности, критерии успешной деятельности для каждой структурной единицы сформулированы и имеют смысл лишь в контексте конкретного бизнес-процесса. Горизонтальные связи между структурными единицами значительно сильнее, а вертикальные связи между структурными единицами и по линии «начальник-подчиненный» в свою очередь несколько слабее. Сотрудник отвечает не только за свои функции, но и за те бизнес-процессы, в которых он задействован. Функции и результат деятельности параллельных структурных единиц, которые участвуют в тех же бизнес-процессах, что и он, для него важны. Возникает взаимная ответственность за результат бизнес-процесса между всеми его участниками [3].

Функциональный подход наиболее оптимален в тех случаях, когда весь бизнес-процесс (или его значительная часть) сосредоточен в рамках одной структурной единицы.

Но для современных предприятий характерна сложная организационная структура, в рамках которой ответственность за выпуск конечного продукта распределяется между несколькими структурными единицами – высокопрофессиональными, но узкоспециализированными. И в этом случае преимущества процессного подхода становятся очевидны, особенно для предприятий, действующих на рынках с высоким уровнем конкуренции, когда бизнес-процессы приходится часто менять [2].

Чтобы понять сущность внедрения процессного подхода в управление организацией, очень важно дать определение основных элементов процессного управления.

Процесс – это устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя [5].

Основная цель процесса – преобразовать вход, а именно входящие в него ресурсы, необходимые для реализации процесса в выход, то есть результат, продукцию процесса (рисунок 1).

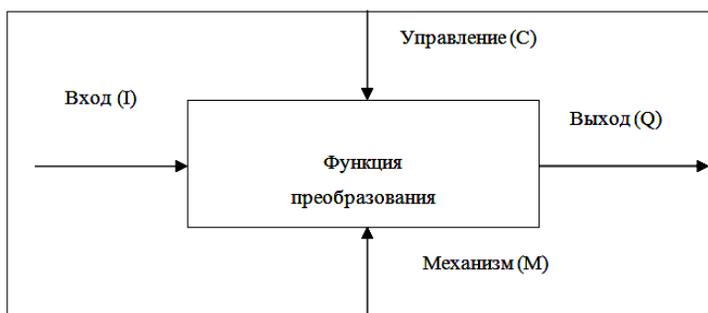


Рис. 1. Структура бизнес-процесса

Ключевыми понятиями структуры процесса являются:

а) вход бизнес-процесса – продукт, который в ходе выполнения процесса преобразуется в выход [4]. Вход всегда должен иметь своего поставщика. К входам процесса могут относиться: сырье, материалы, полуфабрикаты, документация, информация, персонал, услуги и т. д.

Входы процесса могут быть первичными и вторичными. Первичные входы поступают в начало процесса. Вторичные входы появляются в реализации процесса на составляющих процесса предпроцессах.

б) выход (продукт) процесса – материальный или информационный объект или услуга, являющийся результатом выполнения процесса и потребляемый внешними по отношению к процессу клиентами. К выходам процесса могут относиться: готовая продукция, документация, информация, в т. ч. отчетная, персонал, услуги и т. д.

Для управления процессом необходимо назначить должностное лицо, ответственное за выполнение процесса и его результат. В некоторых случаях процессом может управлять не один сотрудник, а специальный коллегиальный орган управления. Поэтому нужно раскрыть определение владельца процесса.

Владелец процесса – это должностное лицо или коллегиальный орган управления, имеющий в своем распоряжении ресурсы, необходимые для выполнения процесса: персонал, инфраструктуру, программное и аппаратное обеспечение, информацию о процессе, управляющий ходом процесса и несущий ответственность за результат процесса [1].

Владелец процесса ведет управление процессом и является неотъемлемой составной частью процесса (рисунок 2).



Рис. 2. Владелец процесса – часть процесса

Основная проблема владельца процесса заключается в том, что ему необходимо обеспечить производительность работ на границах между разными подразделениями. Владелцем процесса, в основном, является руководитель одного из ключевых участков процесса, так как он должен понимать процесс, а также который пользуется авторитетом у руководителей других этапов процесса и готов нести большую ответственность [4].

Кроме того, помимо владельца в преобразовании процесса участвуют также ряд отдельных специалистов или групп – участников. На входе им является поставщик процесса, тот, кто предоставляет входящие ресурсы, на выходе же тот, кто потребляет результат процесса – клиент процесса.

Клиенты процесса могут быть:

- первичными – получающие первичный выход;
- вторичными – находящиеся вне процесса и получающие вторичный выход;
- косвенными – не получающие первичный выход, но являющиеся следующими в цепочке его использования;
- внешними – находящиеся вне данной компании, но получающие выход процесса;
- потребители – конечные пользователи выхода процесса.

Как и любой другой подход к управлению, процессный подход базируется на определенных правилах, закономерностях, принципах. Принципы процессного подхода к управлению определяют, каким образом можно организовать эффективную работу бизнеса, нацеленную на конечный результат.

Процессный подход основан на следующих принципах [3]:

а) деятельность компании рассматривается как совокупность бизнес-процессов. Данный принцип определяет видение деятельности компании как совокупности бизнес-процессов. Именно он определяет новую культуру восприятия организации при процессном подходе;

б) выполнение бизнес-процессов подлежит обязательной регламентации или формальному описанию. Второй принцип процессного подхода, требующий обязательной регламентации бизнес-процессов, опирается на то, что регламент – это документ, описывающий последовательность операций, ответственность, порядок взаимодействия исполнителей, порядок принятия решений по улучшению бизнес-процесса;

в) у каждого бизнес-процесса есть внутренний или внешний клиент и владелец (лицо, отвечающее за результат бизнес-процесса). Выделение бизнес-процесса всегда связано с выявлением клиента или потребителя результата процесса, имеющего для него определенную стоимость. Кроме клиента каждый бизнес-процесс имеет владельца – должностное лицо, которое имеет в своем распоряжении необходимые ресурсы, управляет ходом бизнес-процесса и несет ответственность за результаты и эффективность бизнес-процесса. Владелец бизнес-процесса является должностным лицом, формальным лидером, поэтому он имеет необходимые полномочия, располагает требуемыми для реализации процесса ресурсами, управляет ходом бизнес-процесса и несет ответственность за его результат;

г) каждый бизнес-процесс характеризуется ключевыми показателями, описывающими его исполнение, результат или влияние на итог деятельности организации в целом [5].

Опираясь на данные принципы при внедрении процессного подхода в систему управления, организация способна:

а) увеличить эффективность управления персоналом, т. к. при процессном подходе сотрудники несут ответственность за то, чтобы процесс вовремя перешел с этапа на этап, следовательно, сильнее мотивированы – точно исполнять процессы;

б) выявлять источники сокращения издержек, рисков и времени на исполнение процессов;

в) сократить время принятия управленческих решений;

г) снизить риски и увеличить эффективности управления персоналом;  
д) при процессном подходе сотрудники компании мотивированы точно исполнять процессы, так как несут ответственность за то, чтобы процесс вовремя перешел с этапа на этап;

е) собирать статистику об исполнении регламентов процессов.

Таким образом, внедрение процессного подхода в управление организации дает большие возможности в совершенствовании структуры управления, оптимизирует систему управления, делает её прозрачной для руководства и способной гибко реагировать на изменения внешней среды, что будет способствовать успешному существованию организации, выработке конкурентных преимуществ в компании в условиях рыночной экономики.

### *Литература*

1. *Галямина И. Г.* Управление процессами: учебник для вузов / И. Г. Галямина. СПб.: Питер, 2013. 304 с.
2. *Демидова Л. И.* Процессный подход к организации и управлению как инструмент повышения эффективности производственной системы полиграфического предприятия: дис. канд. экон. наук / Л. И. Демидова; МГУП. М., 2009. 176 с.
3. *Елиферов В. Г.* Бизнес-процессы: Регламентация и управление / В. Г. Елиферов. М.: ИНФРА-М, 2012. 319 с.
4. Корпоративный менеджмент: учеб. пособие для студентов, обучающихся на специальности «Менеджмент орг.» / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. 3-изд., стер. М: Издательство «Омега-Л», 2010. 784 с.
5. *Репин В. В.* Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление. / В. В. Репин. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 480 с.

---

## **Features of product quality control of the budget organization Kardapoltsev K.<sup>1</sup>, Usoltsev S.<sup>2</sup> (Russian Federation)**

### **Особенности управления качеством продукта бюджетной организации**

### **Кардапольцев К. В.<sup>1</sup>, Усольцев С. В.<sup>2</sup> (Российская Федерация)**

<sup>1</sup>*Кардапольцев Кирилл Владимирович / Kardapoltsev Kirill – кандидат экономических наук, доцент;*

<sup>2</sup>*Усольцев Сергей Викторович / Usoltsev Sergey – студент магистратуры, кафедра экономики, управления и инвестиции, факультет экономики и управления, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск*

**Аннотация:** в данной статье были рассмотрены особенности системы управления качеством, специфика продукта бюджетной организации. Авторами было раскрыта сущность системы управления качеством и описаны требования к внедрению системы управления качеством бюджетной организации, основываясь на ее конечном продукте.

**Abstract:** this article describes the features were the quality management system, product specifics of the budget of the organization. The authors of the essence of a quality management system has been disclosed and described in the requirements for the implementation of the budget organization's quality management system, based on its final product.

**Ключевые слова:** система менеджмента качества, бюджетная организация.  
**Keywords:** quality management system, the budget organization.

В современных рыночных условиях высокое качество предоставляемой продукции или услуги является одним из ключевых факторов достижения организацией успеха и обеспечения ее конкурентоспособности.

Любая компания как коммерческая, так и бюджетная должна иметь план повышения качества своих товаров или услуг, а также вырабатывать ясную и обоснованную программу управления качеством. Кроме того, руководителям данных организаций необходимо стремиться добиться стабильного качества всех производственных процессов, от которых зависит качество конечного результата функционирования фирмы, используя все инструменты, выработанные мировой практикой.

Одним из таких эффективных инструментов является внедрение системы менеджмента качества, охватывающее все аспекты деятельности компании.

Что же представляет из себя система менеджмента качества, и в чем ее основная сущность?

Обобщая различные определения, разработанные Международной организацией по стандартизации ISO (International Organization for Standardization) и всемирной федерации национальных организаций по стандартизации (комитетов-членов ISO), можно сказать, что система менеджмента качества (далее – СМК) представляет собой документированную систему менеджмента, позволяющую применить процессный подход ко всем аспектам деятельности организации и обеспечивающую эффективное взаимодействие и совершенствование рабочих методик и процессов, включая производство продукции [1].

Стоит отметить, что внедрение системы менеджмента качества и её последующая сертификация несут организации ряд преимуществ:

- Повышение имиджа и инвестиционной привлекательности компании в глазах иностранных и российских партнеров;
- Повышение имиджа организации в регионе и отрасли;
- Усовершенствование системы управления и повышение ее эффективности;
- Оптимизация бизнес-процессов и повышение их управляемости;
- Улучшение взаимодействия всех подразделений, служб компании, а также уровней управления;
- Оптимизация документооборота компании, облегчение перехода на электронный документооборот;
- Повышение качества продукции/услуг через повышение качества всех процессов;
- Повышение качества работы персонала через четкое, конкретное, адресное распределение обязанностей, прав и полномочий [1].

Формирование и внедрение системы менеджмента качества в организации основывается на требованиях нормативно-правовых документов, регламентов и стандартов, которые устанавливают совокупность норм, правил и требований, необходимых для выполнения при осуществлении соответствующих действий по внедрению СМК (таблица 1) [3].

Таблица 1. Нормативно-правовые документы, на требованиях которых базируется система менеджмента качества в организации

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| ГОСТ ISO 9000-2011                | «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».   |
| ГОСТ ISO 9001-2011                | «Системы менеджмента качества. Требования».   |
| ГОСТ Р ИСО 9004-2010              | «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества».                            |
| ГОСТ Р ИСО 19011-2012             | «Руководящие указания по аудиту систем менеджмента».  |
| ГОСТ Р 52614.2-2006               | «Системы менеджмента качества. Руководящие указания по применению ГОСТ Р ИСО 9001-2001 в сфере образования».                  |
| ГОСТ Р ИСО 40.003-2008            | «Система сертификации Порядок сертификации систем менеджмента качества на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001-2008 (ИСО 9001:2008)». |
| ГОСТ 12.0.230-2007 (OHSAS 18001). | «Системы управления охраной труда. Общие требования».   |

Процесс разработки и внедрения системы менеджмента качества включает в себя следующие этапы:

- выявление основных процессов деятельности организации;
- установление последовательности и взаимодействия процессов;
- определение критериев и методов, необходимые для обеспечения эффективности, как работы, так и управления процессами;
- обеспечение наличия ресурсов и информации, необходимых для поддержки работы и наблюдения за процессами;
- наблюдение, измерение и анализ процессов;
- принятие мер, необходимых для достижения запланированных результатов и постоянного улучшения процессов.

Современные принципы и правила внедрения систем управления качеством универсальны и могут применяться как в коммерческих, так и в бюджетных организациях. Однако специфика последних предопределяет особые требования к разработке систем управления качеством в таких организациях.

Понятие бюджетной организации используется для обозначения всех структурных подразделений и юридических лиц, контролируемых органами власти и финансируемых за счет бюджетных средств.

Бюджетная организация - созданная органами государственной или местной власти организация для осуществления функций некоммерческого характера, финансируемая из федерального, регионального, местного бюджета или государственного внебюджетного фонда на основе сметы доходов и расходов; наделяется государственным или муниципальным имуществом на праве оперативного управления [2].

Сложность внедрения и управления СМК в бюджетные организации обусловлена характером и спецификой конечного продукта, производимого данными организациями. Продукт бюджетной организации имеет двойственный характер. Часть продукта бюджетной организации – это нематериальные услуги, оказание которых определено уставными целями некоммерческой организации и предоставляется безвозмездно, а вторая составная часть продукта – это платные нематериальные услуги [2].

Нематериальные услуги, оказываемые некоммерческими организациями на безвозмездной основе и предоставление которых определено их уставом, обладают характеристиками общественного блага.

Качество продукта складывается из двух составляющих: качества первичного продукта (общественного блага) и качества дополнительного продукта (платных нематериальных услуг, или частного блага).

Качество первичного продукта бюджетной организации – это совокупность ожидаемых потребителем свойств общественного блага, обеспечивающих удовлетворение требований конечного потребителя.

Качество дополнительного продукта – это совокупность ожидаемых потребителем свойств нематериальной услуги, обеспечивающих удовлетворение индивидуальных требований получателя услуги.

Продукт бюджетной организации характеризуется двумя основными свойствами: интегративностью и нематериальностью [2].

Свойство интегративности продукта НКО проявляется также в полном или частичном совпадении процессов его производства и потребления. При этом качество продукта сразу же оценивается потребителем, отклонения в качестве невозможно устранить незаметно для него. Это ведет к усложнению функции контроля, повышается значение процессов, позволяющих предотвратить появление ошибок. Кроме того, из данного свойства вытекает то, что продукт бюджетной организации невозможно хранить.

Процесс производства продукта НКО может быть запущен только через вовлечение внешнего фактора самого потребителя, поэтому исполнитель, то есть организация, не может создать запас продукта. В то же время исполнитель должен быть в состоянии удовлетворить спрос любого количества потребителей в любой момент времени

Нематериальность продукта бюджетной организации выражается в преимущественно нематериальном характере результата процесса его предоставления, которая ведет к трудностям восприятия его качества потребителем, затрудняет установление целевых показателей – критериев качества и последующий контроль качества [2].

С учетом вышесказанного, система управления качеством бюджетной организации должна соответствовать следующим требованиям:

- обеспечение планирования мощностей бюджетной организации, ориентация на максимальный спрос, а именно поддержание высокой потенциальной готовности произвести продукт;
- планирование и организация процессов, позволяющих предотвратить появление ошибок;
- использование инструментов, направленных на снижение степени неопределенности, как для потребителя, так и для исполнителя;
- создание условий для реализации качества, создания доверия со стороны потребителя;
- анализ и постоянное улучшение взаимодействия структур внутри организации;
- применение комплексного подхода к разработке системы менеджмента качества бюджетной организации;
- четкая конкретизация роли каждого субъекта управления, формализации и организации их взаимодействия в рамках системы [2].

Следующим выше требованиям при внедрении СМК, бюджетная организация увеличит эффективность своей деятельности, позволит повысить качество предоставляемой продукции или услуг, что будет способствовать полному удовлетворению нужд конечного потребителя.

### *Литература*

- 1 Основы менеджмента. [Электронный ресурс]: Теоретические основы менеджмента, системы управления, алгоритмы принятия управленческих

решений. URL: <http://bmanager.ru/articles/sistema-menedzhmenta-kachestva.html>.  
(дата обращения: 22.05.2016).

- 2 Жовнир Н. В. Теоретические аспекты управления качеством продукта некоммерческих организаций // Вестник ОГУ. 2011. №13 (132). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-upravleniya-kachestvom-produkta-nekommercheskih-organizatsiy>. (дата обращения: 22.05.2016).
- 3 ГОСТ ISO 9000-2011 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь», введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 декабря 2011 г. N 1574-ст межгосударственный стандарт ГОСТ ISO 9000-2011 введен в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 1 января 2013 года.

---

**Development of calculation formula for calculating the economic security of the region as an example of the Rostov region  
Kharchenko S.<sup>1</sup>, Grechanovskaya A.<sup>2</sup>, Mitryaeva R.<sup>3</sup>, Tomchik V.<sup>4</sup>  
(Russian Federation)**

**Разработка формулы расчёта вычисления экономической безопасности региона на примере Ростовской области  
Харченко С. В.<sup>1</sup>, Гречановская А. А.<sup>2</sup>, Митряева Р. В.<sup>3</sup>,  
Томчик В. А.<sup>4</sup> (Российская Федерация)**

<sup>1</sup>Харченко Сергей Владимирович / Kharchenko Sergey – кандидат экономических наук, доцент, преподаватель,

кафедра экономической безопасности;

<sup>2</sup>Гречановская Анжела Александровна / Grechanovskaya Anzhela - студент;

<sup>3</sup>Митряева Регина Викторовна / Mitryaeva Regina - студент;

<sup>4</sup>Томчик Виктория Андреевна / Tomchik Victoria - студент,

специальность: экономическая безопасность,  
факультет экономики, управления и бизнеса,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар

**Аннотация:** важным инструментом совершенствования обеспечения устойчивого развития экономической безопасности региона являются мониторинг и прогнозирование факторов, определяющих угрозы безопасному развитию экономики с целью стабилизации дисбаланса бюджета Ростовской области.

**Abstract:** an important tool for improving the sustainable development of the economic security of the region are monitoring and forecasting of the factors determining the threat to secure economic development in order to stabilize the imbalance of the Rostov region budget.

**Ключевые слова:** стабилизация дисбаланса бюджета, экономическая безопасность, областной бюджет, приоритеты развития.

**Keywords:** budget imbalances stabilization, economic security, the regional budget, development priorities.

В соответствии с областным законом Ростовской области «Об областном бюджете на 2016 год» от 17.12.15 наблюдается дефицит бюджета в сумме 10 380 685, 9 тыс. руб. [2].

### Доходы и расходы бюджета Ростовской области

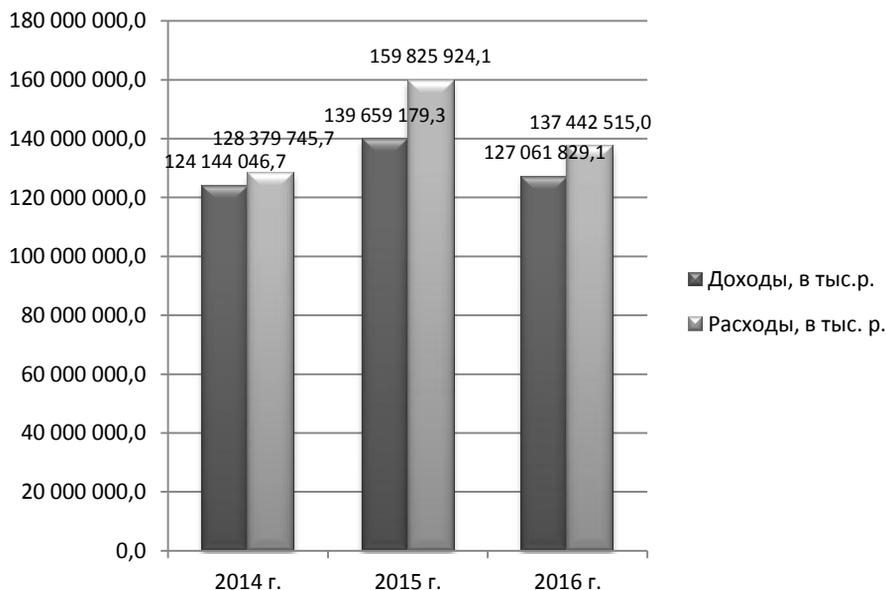


Рис. 1. Доходы и расходы бюджета Ростовской области с 2014 по 2016 года (плановые значения) [2]

Динамика доходов в 2015-2016 годах составила 90,98 %, а расходов - 86 %. Дефицит бюджета возникает из-за высоких расходов областного бюджета. Рассмотрим подробнее структуру доходов бюджета Ростовской области, данные отразим на рисунке 2.

### Доходы бюджета

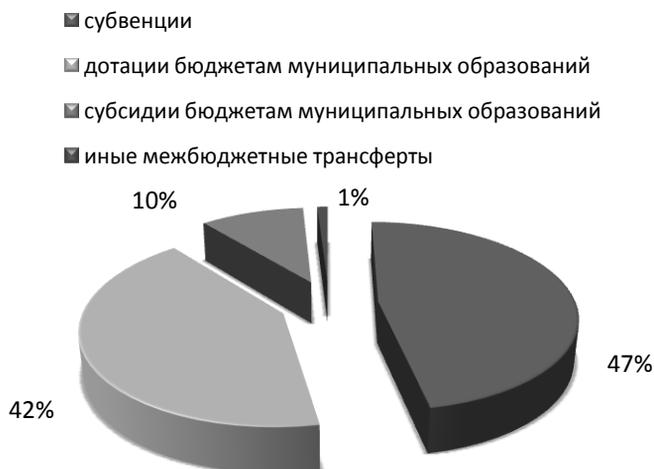


Рис. 2. Структура неналоговых доходов бюджета Ростовской области, в % [2]

Анализируя рисунок 2, видим, что львиную долю неналоговых доходов составляют субвенции (47 %) и дотации бюджетам муниципальных образований (42 %).

В этой связи, так как доходы областного бюджета на 2016 год запланированы в объеме 127 061 829,1 тыс. руб., удельный вес налоговых и неналоговых доходов в общих доходах составляет более 81 %.

Основными доходными источниками, составляющими значительную часть собственных доходов, являются налоговые поступления, а именно: НДС, налог на прибыль организаций, налоги на имущество, акцизы по подакцизным товарам, налоги на совокупный доход. Самыми большими налоговыми поступлениями являются поступления от НДС (36 %) [2, с. 31].

Расходы бюджета Ростовской области сосредоточены на поддержке наиболее уязвимых слоев населения, развития человеческого капитала, решении ключевых вопросов социально-экономического развития. Перечень основных затрат представлен на рисунке 3.



Рис. 3. Структура расходов бюджета Ростовской области [2]

В соответствии с результатами исследования БК РФ ред. от 01.01.16 г. и закона Ростовской области «Об областном бюджете на 2016 год» от 17.12.15 определено:

1) В нарушение ст. 35 БК РФ общая динамика не является плановой из-за сложившегося фактического уровня инфляции – 14,8 % (плановый уровень инфляции - 6,4 %) [1, с. 29].

2) В нарушение ст. 33 БК РФ дисбаланс усиливают ярко выраженные экономические преступления в сфере:

1. ЖКХ, в соответствии со ст. 159 и ст. 160 УК РФ возбуждено уголовное дело в отношении председателя ТСЖ, сумма недоимки – 322 525,4 руб.

2. Налогообложения, в соответствии с п. 2 ст. 159.3 УК РФ возбуждено уголовное дело в отношении группы лиц в преступном сговоре. Сумма недоимки – 80 270 900 руб.

3. Предпринимательства, в соответствии с п. 1, ст. 145.1, ч. 1 УК РФ возбуждено уголовное дело в отношении директора ООО «РосТрансАвто». Сумма недоимки – 990 980 руб.

4. Здравоохранения, в соответствии со ст. 290 УК РФ возбуждено уголовное дело в отношении заведующего отделением психоневрологического диспансера. Сумма недоимки – 1042 144 руб.

Общая сумма недоимки по 4 преступлениям составила 81 332 987 руб. Обеспечено возмещение в 24 399 896,2 руб.

Следовательно, в бюджет не поступят средства в размере 52 450 790,8 руб. Также не осуществляются перечисления (связанные с социальным и медицинским страхованием) и во внебюджетные фонды в размере 4 482 300 руб. Отношение суммы недоимки к доходной части составило 0,064 %.

В этой связи, в соответствии с данными информационно-аналитической записки к отчету о результатах деятельности Главного управления МВД России по Ростовской области в 2015 году зарегистрировано 62 271 преступления. Количество преступлений увеличилось на 15 % по сравнению с прошлым годом, при этом уровень преступности остается ниже среднероссийского на 10,4 % (Ростовская область - 146 преступлений на 10 тыс. человек, Россия – 163 преступления) [3, с. 3].

Сотрудниками органов внутренних дел Ростовской области выявлено 2 959 преступлений экономической (+10,1 %), что 4,75 % от общего объема преступлений, и 789 преступлений коррупционной направленности (+8,1 %) – 1,27 % [3, с. 8].

Сумма материального ущерба составила 6,7 млрд. руб. Обеспечено возмещение – 2 млрд. руб. Отношение суммы недоимки к доходной части бюджета составило 0,048, а отношение возмещённой суммы к доходной части бюджета – 0,014.

3) В настоящее время существуют отдельные методики расчётов экономической эффективности от различных факторов деятельности, в том числе внедрения инноваций, инвестирования, повышения качества и тому подобное. Но наряду с этим каждый из способов и методик не взаимосвязан в расчётах с единым знаменателем, как того требует математика. Однако признаки взаимосвязи присутствуют, каждый из показателей экономической эффективности снижает издержки и приводит к увеличению добавленной стоимости. Следовательно, величина экономической безопасности тем больше, чем больше добавленная стоимость. Рассчитаем величину экономической безопасности для Ростовской области по следующим формулам 1 и 2:

$$Вэ.б. = \frac{ДС}{Здс} + Фр, \quad (1)$$

где

Вэ.б. – величина экономической безопасности;

ДС – величина добавленной стоимости;

Здс – затраты на добавленную стоимость;

Фр – фактор риска.

$$Фр = Ду + Дп + Пп + Пу, \quad (2)$$

где

Ду – дособытийное уклонение от риска (коэффициент инновационного развития организации);

Дп – дособытийная передача рисков (коэф. застрахованности);

Пп – послесобытийная передача рисков (коэф. возврата после решения суда по региону);

Пу – послесобытийное уклонение от рисков (коэф. раскрытия региона).

Рассчитаем фактор риска. Из выше упомянутого коэффициент возврата после решения суда по региону равен 0,014. Коэффициент раскрытия экономических преступлений региона равен  $2\,959/62\,271 = 0,047$ . Коэффициент инновационного развития организации равен отношению средств экономического развития и инновационной экономики к общему объёму расходов  $1\,200\,000\,000/159\,829\,524\,100 = 0,007$ , а коэффициент застрахованности – 0, следовательно  $Фр = 0,007+0+0,014+0,047 = 0,068$ .

Рассчитаем непосредственно сам показатель экономической безопасности. Величина добавленной стоимости по региону (ВРП) равна 1 135 000 000 000 руб., а затраты на неё – 1758 261 385 600 руб. и фактор риска соответственно – 0,068 [4].

$$Вэ.б. = \frac{1\,135\,000\,000\,000}{1758\,261\,385\,600} + 0,068 = 0,713$$

Итак, подводя итоги, можно делать вывод, что величина экономической безопасности Ростовской области равна 0,713. Это свидетельствует о том, что исследуемый регион недостаточно экономически защищён. Следует уделять намного больше внимания преступлениям экономической направленности, приближать процент возвратности к 100, увеличивать инвестиции в производство, что также положительно отразится не только на самом регионе, но и стране в целом и повысит её благосостояние. Уделять непосредственное внимание на разработку законодательства по обязательному страхованию предприятиями своего бизнеса от банкротства.

### *Литература*

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (часть 2) от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 15.02.2016, с изм. от 30.03.2016) // Собр. законодательства РФ, 1998. 251 с.
2. «Об областном бюджете на 2016 год»: Област. закон Ростовской области [принят Закон. Собранием 17.12.15] // Собрание законодательства, 2015. 1287 с.
3. Информационно-аналитическая записка к отчету о результатах деятельности Главного управления МВД России по Ростовской области за 2015 год / Главное управление МВД России по Ростовской области. [Электронный ресурс]. Режи доступа: <http://www.donland.ru/news/Vasilijj-Golubev-VRP-Rostovskojj-oblasti-v-2015-godu-vyros-bolee-chem-na-4?pageid=92218&ItemID=66439&mid=83793>.

---

## **State Institution Management based on the Balanced Scorecard Gassieva L. (Russian Federation)**

### **Управление государственным учреждением на основе сбалансированной системы показателей Гассиева Л. А. (Российская Федерация)**

*Гассиева Лана Алановна / Gassieva Lana - аспирант,  
кафедра экономики и управления на предприятии, экономический факультет,  
Северо-Кавказский горно-металлургический институт,  
Государственный технологический университет, г. Владикавказ*

**Аннотация:** в статье анализируются применение современной системы показателей, возможность оценить эффективность системы управления предприятием с экономической точки зрения, рассмотрены относительные коэффициенты финансовой стабильности.

**Abstract:** the article analyzes the use of a modern scorecard, the ability to evaluate the effectiveness of the enterprise management system from an economic perspective, relative rates of economic stability.

**Ключевые слова:** анализ, оценка, сбалансированная система показателей, бюджет, финансирование, коэффициент, государственное учреждение.

**Keywords:** analysis, evaluation, balanced scorecard, budget, financing, coefficient, state institution.

Финансовое состояние компаний, его стабильность во многом находятся в зависимости от оптимальности структуры источников капитала (соответствия собственных и заемных средств) и от оптимальности структуры активов компании, и для начала — от соответствия ключевых и используемых средств, а еще от уравновешенности активов и пассивов компании.

Управление государственным учреждением включает в свой состав формирование бюджета и финансирование деятельности организации. Использование сформированного бюджета позволяет оценить, насколько эффективно осуществляется управление государственной организацией, а также позволяет выявить проблемы и недостатки текущей системы управления.

Применение системы оценки основывается на системе сбалансированных показателей, которые позволяют оценить не только результаты функционирования организации, но и дают возможность оценить эффективность действующей системы управления.

Разработка методологии системы сбалансированных показателей и практика применения данной системы на различных предприятиях нашли отражение в работах Д. Нортон, Р.Каплана, М. Горского, Г. Константинова, Хьюберта К. Рамперсада и других авторов.

В процессе работы авторы руководствовались принципом системного подхода к исследованию проблемы. Использовались методы ситуационного, маржинального и статистического анализа, критической оценки нормативных документов, экспертные методы.

Сферой применения полученных результатов являются государственные предприятия, а также прочие некоммерческие организации, ориентированные на повышение качества своей деятельности.

Гипотеза: применение современной системы показателей дает возможность оценить эффективность системы управления предприятием с экономической точки зрения, но при этом требует расширения для проведения качественной оценки использования бюджетных ресурсов.

Для целей качественной оценки экономических показателей применяется шкала из 5 ключевых градаций. Числовые интервалы характеристик, подходящие каждому качественному значению, инсталлируются на базе экспертных оценок и отображают принятые для конкретной отрасли нормативы.

При всем этом задаются интервалы значений: отличное, хорошее, неудовлетворительное, критическое. Спектр «удовлетворительно» определяется по указанному выше в таблице методу.

При анализе экономического признака за ряд периодов достоверная качественная оценка с учетом как прошедших и текущих значений показателя, так и его динамики (ожидаемого значения) определяется по формуле:

$$C = 0,6C_1 + 0,25C_2 + 0,15C_3 \quad (1.1)$$

- где, С - качественная оценка показателя с учетом прошедшего, реального и ожидаемого значения (балл от -2 до 2 с допуском до 2-го знака после запятой, подходящий приведенным выше аспектам качественной оценки);

- С<sub>1</sub> - качественная оценка показателя по состоянию на конец анализируемого периода (балл от -2 до 2; целое число, включая);

- С<sub>2</sub> - качественная оценка предыдущих значений показателя (балл от -2 до 2; целое количество, включая). Определяется как балл, которому соответствует среднее арифметическое значение показателя за весь анализируемый период (исключая заключительное значение показателя);

- С<sub>3</sub> - качественная оценка ожидаемого через год состояния показателя (балл от -2 до 2; целое число, включая). Определяется как балл, которому подходит значение показателя, экстраполированное с применением формулы линейного изменения курса на год вперед.

Применение дробной, не округленной до целого балла градации, нужно для наиболее конкретной интегральной качественной оценки экономического состояния организации в целом.

Для оценки рыночного потенциала организации в финансовой практике повсеместно используется анализ финансового состояния с применением такого аналитического инструментария, как расчет относительных коэффициентов финансовой стабильности.

Присутствует довольно большое количество коэффициентов, описывающих финансовую стабильность организации, многие из которых взаимосвязаны друг с другом либо дают одинаковую информацию, хотя рассчитываются различными методами.

Впрочем, признанная методика оценки финансового состояния коммерческого предприятия фактически не применима к анализу возможности функционирования бюджетных организаций в краткосрочной и долгосрочной перспективе в связи с наличием следующих сложностей и ограничений [2].

При расчете коэффициентов автономии, маневренности, соответствия собственных и заемных источников финансирования, индекса неизменного актива применяется такой показатель, как стоимость собственного капитала, значение которого отражается в составе пассива баланса коммерческой организации.

Расчет коэффициентов финансовой зависимости, соотношения собственных и заемных источников финансирования, стабильного финансирования, структуры инвестиций выполняется согласно с типовой методологией на базе величины долгосрочных обязательств.

Впрочем, на основании п. 8 ст. 161 Бюджетного кодекса РФ бюджетное учреждение не имеет права получать кредиты (займы) от кредитных организаций, иных юридических, физических лиц, из бюджетов бюджетной системы РФ [1], в связи с чем государственные предприятия лишены возможности привлечения заемного капитала для увеличения финансовой стабильности.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать последующие ключевые выводы:

1. Финансовое состояние бюджетного учреждения может быть измерено при помощи относительных коэффициентов, приспособленных к специфике деятельности некоммерческой организации.

Преимуществом предложенных в статье коэффициентов считается их слабая коррелированность между собой, поскольку они рассчитываются на основании разных исходных данных и описывают финансовое состояние в разных временных аспектах:

- коэффициент самофинансирования - в долгосрочной перспективе;
- коэффициент структуры активов - в краткосрочной перспективе.

2. Несмотря на то, что число коэффициентов является минимальным, они гарантируют довольно полную информационную базу для принятия взвешенных управленческих решений в области финансового менеджмента бюджетного учреждения.

Для принятия решения о степени финансовой стабильности государственных предприятий, полученные значения коэффициентов самофинансирования и структуры активов нужно сравнить с их возможными значениями, рассчитанными для конкретной организации.

Методология вычисления критического значения коэффициента самофинансирования основывается на известном финансовом принципе: для обеспечения финансовой стабильности нужно, чтобы с помощью собственных оборотных средств была профинансирована менее ликвидная часть активов.

Расчет возможного уровня коэффициента структуры активов может быть обоснован следующим умозаключением.

Для обеспечения бесперебойного функционирования государственного предприятия на протяжении календарного периода (согласно ст. 12 БК РФ он составляет один год), т. е. краткосрочной финансовой стабильности, нужно, чтобы цена наиболее мобильной части финансовых активов учреждения была сопоставима с двукратным среднемесячным расходом средств по приносящей доход деятельности [1].

При снижении величины коэффициента структуры активов следует активизировать усилия по взысканию дебиторской задолженности, принять меры к сокращению непроизводительных расходов.

Таким образом, можно сделать вывод, что применение системы сбалансированных показателей деятельности предприятия действительно дает возможность проанализировать только финансовую составляющую работу государственного учреждения.

Необходимо рассмотреть возможность введения системы оценки и контроля за качественными результатами работы организации, которые будут оценить не только эффективность бюджетных расходов, но при этом даст возможность оценить, насколько бюджетные расходы были рациональны и оптимальны не с точки зрения экономии бюджетных средств, а с точки зрения повышения эффективности функционирования государственной организации.

### *Литература*

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) от 31.07.1998 N 145-ФЗ (действующая редакция от 03.11.2015) // [Электронный ресурс]: Консультант-Плюс. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 10.05.2016).
2. *Амборский В. И., Гриценко А. А.* Анализ хозяйственной деятельности в бюджетных и научных учреждениях. М., 2011. 234 с.

---

## **Resistances to change in the company and their causes Berkimbayeva M. (Republic of Kazakhstan) Спротивлення изменениям в компании и их причины Беркимбаева М. С. (Республика Казахстан)**

*Беркимбаева Мадина Сакеновна / Berkimbayeva Madina - магистрант,  
кафедра менеджмента,  
Институт Сорбонна-Казахстан,  
Казахский национальный педагогический университет им. Абая,  
г. Алматы, Республика Казахстан*

**Аннотация:** рассматриваются формы, модели, причины и последствия сопротивления изменениям.

**Abstract:** forms, models, causes and consequences of resistance to change are considered.

**Ключевые слова:** модели сопротивления, формальные и неформальные группы.

**Keywords:** resistance models, formal and informal groups.

Необходимость периодических изменений не вызывает сомнений. На изменения необходимо реагировать быстро и четко. Способность обладать видением ситуации и предвидеть, как она будет меняться, является ценным качеством любого руководителя и менеджера.

Существуют факторы, которые будут замедлять осуществление перемен в организации. Одним из самых важных факторов является сопротивление изменениям со стороны работников компании. Организации без людей нет, поэтому, чтобы осуществить изменения, надо заручиться поддержкой сотрудников компании. Это потребует многих усилий: понимания, почему возникает сопротивление, как на него реагировать, знания методов преодоления сопротивления. Изменения происходят во внутренней среде организации, а значит, затрагивают организационную культуру. Ее

роль в осуществлении изменений велика. Культура – тонкая материя, затрагивающая каждого. Это требует от руководителей осторожности и внимательности при принятии любых решений, связанных с проведением изменений [1].

Сотрудники в организации (или, по крайней мере, некоторая их часть) сопротивляются этим изменениям. В таком сопротивлении нет ничего удивительного: большинство людей опасаются революционных ломок привычного образа жизни, а также имеют свое собственное представление о том, как надо осуществлять стратегию. Группы, поставленные перед необходимостью изменений, сталкиваются с тем, что неформальные связи, каналы общения, поведенческие стереотипы станут другими. Следовательно, они легко откликаются на призывы к сопротивлению изменениям. Такое сопротивление со стороны индивидов и групп может быть значительной сдерживающей силой. Угроза со стороны этой силы зависит от очень многих причин (см. табл. 1).

Помимо этого часто допускаемой менеджерами ошибкой является акцент на симптомы и последствия, а не выявление системных и укоренившихся проблем. Все это ведет к неудачам и провалам в проектах изменений.

Джеймс О’Тул отмечает, что основная проблема, которая частично объясняет причины сопротивления – это упорное желание инициаторов перемен «перестроить» сотрудников, в то время как они сами отказываются перестроиться. Также в своих исследованиях Джеймс О’Тул пришел к заключению, что персонал сопротивляется всем видам изменений как негативным, так и положительным [2].

Марковский отмечает четыре основных урока, которые стоит усвоить менеджерам о сопротивлении изменениям [3]:

1. Сопротивление переменам неизбежно. Поскольку любое серьезное изменение затрагивает ожидания людей по поводу собственного будущего, сопротивление возникает как в том случае, когда люди негативно воспринимают идею перемен, так и тогда, когда они относятся к ней позитивно.

2. Формы сопротивления переменам существенно отличаются друг от друга и зависят от того, воспринимаются они негативно или позитивно.

3. Сопротивление может принимать явную или скрытую форму. Скрытое сопротивление является более опасным, так как его трудно выявить.

4. То, что люди говорят, часто не совпадает с тем, что они на самом деле думают. Сотрудники компании редко ощущают себя комфортно, открыто выражая свои эмоции по поводу идей руководства относительно предстоящих изменений.

Существуют две модели, иллюстрирующие временную динамику отношения к переменам в зависимости от позитивного или негативного отношения к ним на начальном этапе.

В случае позитивного восприятия перемен человек преодолевает следующие этапы своего отношения к ним: 1) неинформированный оптимизм, 2) информированный пессимизм, 3) проверка, 4) «надеющийся» реализм, 5) информированный оптимизм, 6) стабильная рабочая фаза.

В случае негативного отношения к переменам человек проходит через следующие этапы: 1) шок, 2) отрицание, 3) злость, 4) торговля, 5) депрессия, 6) проверка, 7) принятие. В таблице 1 приведены причины сопротивления изменениям, согласно Распопову В. М.

Таблица 1. Причины сопротивления изменениям и их последствия

| Содержание сдерживающей силы  | Причина возникновения   | Последствия  |
|---|---|--|
| Эгоистический интерес   | Ожидание личных потерь в результате изменений   | Степень опасности невысокая. Возможно создание групп давления для провала нововведений                             |
| Непонимание последствий изменений   | Низкая степень доверия менеджерам, излагающим план изменений, отсутствие достоверной информации | Степень опасности высокая. Возможно появление слухов, сплетен  |
| Нарушение привычек, традиций и ценностей  | Отсутствие информации о выгодах нововведений, которые нарушают сложившиеся традиции             | Последствия устранимы посредством бесед  |
| Боязнь неожиданностей, которые могут сопровождать изменения                               | Присущее людям чувство скептицизма, негативное отношение к любым переменам                      | Последствия устранимы посредством проведения бесед до объявления изменений   |
| Сомнения в технологии проведения изменений  | Недоверие компетентности инициаторов изменений  | Последствия устранимы посредством привлечения специалистов, компетенция которых не вызывает у сотрудников сомнений |
| Желание сохранить дружеские отношения, которые могут быть нарушены в результате изменений | Приверженность неформальной группе  | Последствия устранимы в результате коллективных обсуждений   |

Эгоистический интерес является основной причиной того, что люди сопротивляются изменению на уровне организации. В той или иной мере эгоизм присущ каждому человеку. Это качество в силу его универсальности и естественности не очень опасно, однако его развитие может привести к возникновению неформальных групп, политика которых будет направлена на то, чтобы предложенное изменение не могло быть осуществлено.

Непонимание целей и задач изменений обычно возникает из-за того, что люди не в состоянии оценить последствия осуществления стратегии. Часто причиной здесь является отсутствие достаточной информации относительно целей и путей реализации стратегии. Такая ситуация характерна для организаций, где степень доверия к действиям менеджеров низка.

Разная оценка последствий связана с различным восприятием стратегических целей и планов. Менеджеры и служащие могут по-разному воспринимать значение стратегии для организации и для внутриорганизационных групп. При этом «стратегии» часто неоправданно считают, что служащие видят преимущества реализации стратегии так же, как и они, и что каждый обладает соответствующей информацией, чтобы убедиться в ее преимуществах как для организации, так и для каждого служащего от реализации стратегии.

Многие люди обладают низкой терпимостью к любым изменениям из-за опасения, что они не смогут обучиться новым навыкам или новой работе. Такое сопротивление наиболее характерно при внедрении новых технологий, методов продажи, форм отчетности и т. п. [4].

Таким образом, мы приходим к выводу о том, что компании всех типов постоянно испытывают изменения, потому что по мере роста отрасли предприятия должны развиваться. Такие изменения, как переход на новый план HR, может повлиять на

бизнес во всех отношениях, но это не обязательно означает, что он должен измениться к худшему. Изменение должно быть проведено эффективным и ответственным способом, и если все будет сделано правильно, оно принесет существенную пользу компании.

### *Литература*

1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: 1.сайт dist-cons.ru <http://www.dist-cons.ru/modules/managechange/section2.html>. (дата обращения: 30.03.2016).
2. *Кенжегаранова М. К.* Управление организационными изменениями. Дисс. доктор философии. Алматы, 2014.
3. *Марковский В.* Новый порядок. Управление изменениями. // Top manager, Март 2001. С. 94-101.
4. *Распопов В. М.* Управление изменениями Магистр, М.: Инфра-М, 2012. 336 с.

---

## **Improve methods of implementation of value management Kuzin A. (Russian Federation)**

### **Совершенствование методики внедрения ценностного управления Кузин А. В. (Российская Федерация)**

*Кузин Артем Викторович / Kuzin Artem - магистрант,  
кафедра экономики, управления и инвестиций, факультет экономики и управления,  
Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск*

**Аннотация:** данная статья описывает отечественный и зарубежный опыт внедрения и совершенствования ценностного управления на предприятии. В данной статье разработана методика внедрения ценностного управления на предприятии. Проанализированы этапы ценностного управления и предложены инструменты для их реализации.

**Abstract:** the author describes the domestic and foreign experience in implementation and improvement of value-based management in the enterprise. The author developed a method of introduction of value-based management in the enterprise. The author has analyzed the stages of value-based management, and suggested tools for their implementation.

**Ключевые слова:** ценностное управление, менеджмент, система управления.

**Keywords:** value-based management, management, management system.

Ценностное управление представляет собой некий свод принципов, которому должна соответствовать деятельность всех членов организации независимо от их должности, власти, уровня влияния и так далее. Деятельность рядовых сотрудников обычно и так регламентирована и подчиняется множествам правил и наставлений менеджеров высшего звена. Деятельность руководства хоть и осуществляется в рамках трудового кодекса и законодательства Российской Федерации, чаще всего является личным делом каждого руководителя. Многие подчиненные хотят знать о принципах принимаемых решений высшего руководства, однако очевидно, что в реальности регламентировать работу руководителей они не могут. Хотя ценности каждой организации могут складываться различными путями, в том числе и зарождаясь среди рядовых сотрудников, полноценное ценностное управление должно внедряться сверху, то есть инициаторами должны стать руководители компании. Социальная составляющая данной инициативы вряд ли может стать основной причиной таких глобальных причин и внутренних ограничений.

Система ценностей компании – это приоритет самого высокого уровня. Ценности всех отделов и подразделений должны не противоречить ценностям компании. А ценности сотрудников должны соответствовать как ценностям собственного подразделения, так и ценностям компании [3].

Рассмотрим опыт внедрения ценностного управления, который нам предлагают отечественные и зарубежные специалисты. По мнению К. Харского, компания должна пройти через пять уровней: 1. «Мне Кажется, Так Лучше» (МКТЛ). 2. «Договоренности и запреты». 3. «Продекларированные корпоративные ценности». 4. «Разделяемые корпоративные ценности». 5. «Культ корпоративных ценностей» [8].

По мере развития компании проходят через многие стадии. В самом начале своего пути организация развивается за счет своего лидера и нескольких сотрудников, чья деятельность в основном основывается на инициативности и энтузиазме. На этапе роста компания уже не может основываться только на этом, ей необходимо грамотно выстроить отношения с новыми сотрудниками, создать эффективную организационную структуру, распределить все задачи по функциональным отделам. Многие компании на этом этапе разрабатывают жесточайшие регламенты и превращаются из молодой и гибкой организации в бюрократизированную машину. Сотрудники, которые до этого были членами одной команды, превращаются в винтики большой системы. Инициатива и энтузиазм стремятся к минимуму, не проходя через многие шестеренки организационного процесса. Для благополучного существования и совершенствования необходимы внутренние перемены. Сотрудники большой компании должны стать одной командой, действующей не только в собственных интересах, а для общей цели. Сплотить их может нечто общее, ценное для каждого.

Мной разработаны следующие этапы внедрения ценностного управления (таблица 1):

1. Анализ текущего состояния.
2. Разработка системы ценностей.
3. Ввод в действие системы ценностей.
4. Оценка и корректировка системы ценностей в зависимости от показателей результативности.

*Таблица 1. Этапы внедрения ценностного управления*

| №  | Этап   | Содержание   |
|----|--|--|
| 1. | Анализ текущего состояния  | - Оценка текущих ценностей компании;<br>- оценка необходимости внедрения ценностного управления;<br>- структуризация задач ценностного управления  |
| 2. | Разработка системы ценностей   | - Определение ключевых для компании ценностей;<br>- согласование ценностей структурных подразделений друг с другом и ценностями корпорации;<br>- разработка ключевых показателей оценки реализации ценностного управления;<br>- создание модели «как должно быть»;<br>- разработка программы внедрения |
| 3. | Ввод в действие системы ценностей  | - Реализация различных мероприятий и программ, способствующих внедрению и укреплению ценностного управления;<br>- использование систем наказания и мотивации   |
| 4. | Оценка и корректировка системы ценностей в зависимости от показателей результативности | - Оценка результатов внедрения ценностного управления;<br>- оценка соответствия текущего состояния с моделью «как должно быть»;<br>- корректировка системы ценностей и мероприятий по его внедрению в случае необходимости   |

На этапе анализа текущего состояния фирмы необходимо выделить существующие ценности, которыми оперируют работники, даже если они никак не

продекларированы. Помимо этого, важно определить задачи, которые должно решить внедрение ценностного управления, то положение дел, которое должна поправить система ценностей. Методами достижения целей первого этапа служат анализ деятельности фирмы, сбор и систематизация данных из внутренних документов, подготовка отчетов топ менеджерами, руководителями структурных подразделений и ответственными за технологические процессы.

На втором этапе проводится работа по выявлению приоритетов фирмы, разработка миссии, целей компании, выделяются качества, важнейшие для текущей и будущей деятельности. Также нужно согласовать ценности каждого структурного подразделения друг с другом и с общими ценностями компании. Конечно, у отдела производства и отдела продаж разные функции, но их может объединять направленность на удовлетворение потребностей каждого клиента. Далее необходимо определить ключевые показатели, на которые должно повлиять внедрение ценностного управления и зафиксировать их прошлую динамику и текущее положение для проверки в будущем. Немаловажным будет создание модели «как должно быть». Данная модель представляет будущее состояние фирмы, состояние её ключевых факторов. Эта модель будет являться целью внедрения ценностного управления и деятельности фирмы в целом. А для воплощения этой цели в жизнь необходимо составить подробный план мероприятий по внедрению ценностного управления.

Для реализации второго этапа могут использоваться различные методы. Разработкой миссии, философии и целей компании обычно занимается высшее руководство. Константин Харский дает следующий план внедрения:

1. Руководство и топ менеджеры определяет приоритеты и ценности своей компании.
2. Руководитель подразделения собирает начальников отдела, дает им знания ценностного управления и поручает разработку своих приоритетов с учетом новых знаний и приоритетов компании.
3. После проделанной работы руководители каждого отдела согласуют разработанные приоритеты с руководителем подразделения.
4. Согласованные приоритеты доводятся до всех сотрудников [8].

Однако для большей эффективности ценности должны не навязываться сверху, а быть принятыми всеми сотрудниками организации как свои собственные. Для разработки ценностного управления на различных этапах могут быть привлечены все сотрудники фирмы или представители всех групп, причем как формальные, так и неформальные лидеры.

В книге Кеннета Бланшара и Майкла О'Коннора описывается процедура, называемая «Переговоры и достижение консенсуса в отношении ценностей». Для начала создается список всевозможных ценностей и выдается всем участникам. Из этого списка каждый выписывает три в порядке их важности. Далее группа разбивается на пары, задачей которых уже из шести ценностей согласовать три наиболее важных и значимых. После согласования пары сходятся попарно и снова выбирают из шести ценностей только три. Объединения групп попарно происходит до того момента, когда останется лишь одна группа, состоящая из всех участников, которые имеют только три цели, согласованные со всеми [1].

Данный метод имеет свои достоинства и недостатки. Несмотря на то, что в обсуждении ценностей принимают участие все сотрудники, уже на первом этапе может случиться ситуация встречи лидера и ведомого. В таком случае будут приняты выбранные лидером ценности. Таким человеком может стать формальный или неформальный лидер, и в конечном итоге вся группа может подчиниться воле одного сотрудника и «принять» навязанные им ценности. Решением этой проблемы может стать грамотная модерация процесса или исключение руководителей из первоначальных этапов разработки.

По моему мнению, на данном этапе можно использовать и другие инструменты.

Метод «мозгового штурма». Данный метод заключается в выработке решения путем свободной генерации идей всеми участниками. От участников требуется свобода мысли и абстрактность мышления.

Метод «мозгового штурма» был предложен в 1953 году А. Осборном. В настоящее время этот метод хорошо известен и широко распространен. Данный метод в случае грамотной реализации позволяет достичь результатов, которые другими методами достичь крайне сложно.

Свобода изложения мыслей каждым сотрудником и отсутствие критики предложенных идей пробуждают творческие задатки личности. Данный подход позволяет избавиться от стандартных клише и шаблонов и выработать по-настоящему свежие идеи. Жизненный и профессиональный опыт иногда препятствует свежему потоку мыслей, поэтому неординарные, креативные предложения только приветствуются. Критика любых идей запрещена. Мозговой штурм осуществляется в два этапа:

1. Коллективная генерация идей. В процессе этого этапа каждый желающий формулирует собственные ценностные ориентации фирмы. Разнообразие, неординарность, противоречивость на этом этапе не должна стать причиной отказа в рассмотрении. Именно такие идеи могут решить итоговую систему ценностей предприятия. Абсолютно все идеи фиксируются и записываются. Критика на данном этапе недопустима, даже если всем участникам высказанная идея показалась абсурдной. Данная обстановка должна помочь раскрепоститься даже самым закрепощенным личностям.

2. Анализ выдвинутых идей. Перед этим этапом завершается генерация идей. Все записанное приводится в удобную и наглядную форму. Всем участникам должен быть виден результат первого этапа. В ходе дискуссии происходит редакция, объединение, обобщение списка ценностей, высказываются идеи. Результатом должен стать список из ценностей, которые удовлетворяют всех участников.

Данный метод позволяет раскрыть потенциал всех участников, однако ошибки в модерации и проведении этого метода могут оставить мнения некоторых участников так и не принятыми. Немаловажной сложностью является недопустимость критики на первом этапе, которая на практике часто появляется. Наличие руководящего состава может вызвать смущение у некоторых членов коллектива.

Кейс-метод. Данный метод состоит в тотальном разборе и анализе сложной ситуации, представленной в форме подробного описания – кейса. Кейс – это смоделированная рабочая неоднозначная ситуация, проблема, требующая детального анализа и решения. Метод применим при достаточном уровне подготовке участников, владения знаниями анализа и организации. В данном случае перед руководителем встает задача создания экспертной группы из числа руководящего состава и сотрудников, являющихся формальными и неформальными лидерами. Данные представители должны поддерживаться всеми сотрудниками фирмы для того, чтобы принятые ими решения нашли отклик. Данная процедура должна проходить в несколько этапов:

1. Подготовительный. Эксперты из числа сотрудников должны подготовить самостоятельно или благодаря помощи своих коллег мнения о ценностной модели фирмы. Хорошим шагом станет анализ чужого опыта ценностного управления. Руководитель в свою очередь должен оформить текущее положение фирмы (первый этап) и модель «как должно быть» в форме кейса. Можно включить в кейс другие моделируемые ситуации.

2. Решение подготовленных кейсов. Каждый эксперт решает предоставленный кейс и выбирает наилучший способ решения поставленных вопросов. Выбирается модель ценностного управления, наиболее полно охватывающая проблемы и задачи фирмы, наилучшим образом решающие поставленные задачи и не противоречащие ценностям отдельных личностей.

3. Обработка информации и принятие решения. Полученные результаты доводятся до руководителя. На основе решений экспертов он принимает окончательную модель ценностного управления.

Данный метод достаточно эффективен при наличии сотрудников, которые имеют достаточно знаний для комплексной оценки ситуации и пользуются достаточным уважением со стороны всех сотрудников, которые смогут принять их ценностную систему. Однако сложность заключается в разнообразии мнений. Противоречивые модели сложно обработать и объединить в одну, мнения некоторых экспертов могут быть слабо учтены, и группы сотрудников будут незадействованные в определении ценностной модели.

Метод Дельфи (Delphi Method) – организация нескольких этапов анонимного анкетирования экспертов с поэтапной обработкой результатов. Этот метод предназначен для прогнозирования и поддержки принятия решений. Его особенностью является наличие обратной связи по результатам каждого этапа процедуры.

Метод Дельфи. Данный метод заключается в нескольких этапах анонимного решения экспертов с поэтапной обработкой результатов. Особенностью метода Дельфи является наличие обратной связи по результатам каждого этапа процедуры. Метод разработан О. Хелмером и его коллегами.

Сначала необходимо выбрать экспертов, которые в полной мере отражают мнения сотрудников корпорации. Далее необходимо подготовить опросный лист для оценки мнений экспертов по поводу модели ценностного управления. Опросный лист заполняется каждым экспертом анонимно. Это обеспечивает отсутствие давления авторитетов и позволяет получить наиболее честное и беспристрастное мнение. Далее результаты обрабатываются, обобщаются и передаются экспертам. Второй тур данного метода проходит также анонимно. Во время него эксперты могут выразить свое мнение по поводу мнений своих коллег, изменить свою позицию или сгенерировать новые предложения. Так продолжается до тех пор, пока эксперты не сойдутся в одном единственном мнении. Так реализуется принцип постепенного повышения степени достоверности результатов.

Данный метод позволяет получить наиболее объективные мнения о модели ценностного управления в связи с обезличенностью получаемых результатов. Анонимность опросов позволяет высказывать мнения, невзирая на свой уровень и уровень своих коллег. Несколько этапов позволят изменить свою точку зрения, подправить мнения своих коллег, не опасаясь критики со стороны руководства. К недостаткам данного метода можно отнести трудоемкость процедуры, её длительность и сложность.

Вышеописанные методы широко применяются при принятии управленческих решений, для решения разноплановых задач и в других сферах жизнедеятельности. При разработке модели ценностного управления каждая организация должна оценить преимущества и недостатки каждого метода, сопоставить их со своими особенностями и текущим положением и выбрать наиболее подходящий. Возможны ситуации комбинации различных методов, добавление в них новшеств, которые учтут специфику деятельности организации, сложность организационной структуры и другие факторы.

На третьем этапе реализуются программы и мероприятия, разработанные в предыдущих этапах. В первую очередь необходимо устранить все противоречия старых регламентов и новых ценностей. Идет апробация тех ценностей, которые были приняты на втором этапе. Идет процесс принятия и проверки на практике ценностного управления.

Для данного метода можно применять множество различных методов:

- Собрание коллектива на предмет текущей ситуации, оценка и обсуждение тех моментов, которые касаются провозглашенных ценностей.
- Описание принятых ценностей и результатов ценностного управления в корпоративных источниках информации: форумах, газетах и тому подобное.

- Проведение тренингов и семинаров.
- Создание брошюр, листовок, напоминаний и другой атрибутики, соответствующих провозглашенным ценностям.

На четвертом этапе проверяются показатели деятельности фирмы, выявляются нарушения в исполнении регламентов, выявляются соответствия и различия текущей модели и модели «как должно быть». В случае необходимости проводится корректировка мероприятий по внедрению и корректировка деятельности структурных подразделений. При значительных различиях текущих показателей от желаемых проводится пересмотр системы ценностей, и проводятся дополнительные мероприятия по её корректировке.

### *Литература*

1. *Бланшар К., О'Коннор М.* Ценностное управление // К. Бланшар. Изд-во Попурри, 2015. 112 с.
2. *Бычков В.* Стратегии роста // Управление персоналом № 8, апрель 2010 г.
3. *Гусарева Н. Б.* Ценности как атрибут сильной корпоративной культуры / Н. Б. Гусарева, К. Г. Царитова // Управление Экономическими Системами, 2015 № 77.
4. *Козлов В. Д.* Как учить на управленца? // Руководитель бюджетной организации, № 6, июнь 2011 г.
5. *Кузина Л. Н.* Экономика горного предприятия. Учебное пособие / Л. Н. Кузина, С. Ф. Богдановская, Ж. В. Миронова, М.: Сибирский федеральный университет, 2011. 154 с.
6. *Максименко А. А.* Ценностное управление и его значение в современном менеджменте // Общество. Среда. Развитие, № 2/2011.
7. *Набоков А.* Как повысить эффективность персонала с помощью системы KPI? Система «управления ответственностью» каждого сотрудника. // Управление персоналом, № 4, январь 2015 г.
8. *Харский К.* Принципы ценностного управления / К. Харский // harsky.ru.
9. *Peters T., Waterman R. H. Jr.* In Search of Excellence: Lessons from America's Best Run Companies. М.: Вильямс, 212 (2008) in Russian.
10. *Rokeach M.* The Nature of Human Values. N.Y: The free press, 1973.

---

## **The introduction of information management in the railway transport system**

**Muratov A. (Republic of Kazakhstan)**

**Внедрение информационного управления в системе ЖДТ**

**Муратов А. К. (Республика Казахстан)**

*Муратов Акжол Кайратулы / Muratov Akzhol - бакалавр технических наук,  
кафедра стратегического управления,*

*Школа экономики и бизнеса,*

*Казахский национально-исследовательский технический университет им. Сатпаева,  
г. Алматы, Республика Казахстан*

**Аннотация:** связь между станциями, полустанками является основой управления грузоперевозками на любом виде транспорта. От связи зависит многое. Четкое выполнение указаний и отслеживание выполнения оных. Быстрое заполнение отчетностей и отслеживание их в реальном времени. Слежение за направлением грузов и транспортов различного сообщения. А также дальнейшее слежение за передвижением транспорта.

**Abstract:** communication between stations, way stations is the basis of freight management in any type of transport. From communication depends on many things. A clear implementation guidelines and monitor the implementation thereof. The rapid filling of reporting, and tracking them in real time. Tracking the direction of freights and transport different posts. And further tracking of the movement of transport.

**Ключевые слова:** анализ, менеджмент, информационные системы.

**Keywords:** analysis, management, Info-systems.

Основной проблемой менеджмента на ЖД-транспорте является организация связи между станциями. Это приводит к нерациональному расходованию рабочего времени, а соответственно и к ухудшению качества обслуживания и снижению трудоспособности персонала.

Важным качеством системы является ее функционирование в реальном времени. Система должна обеспечивать не только информирование пользователей о продвижении вагонов и поездов на управляемом полигоне и возникающих затруднениях в работе, но и реализовывать поддержку, формирование, принятие, передачу пользовательских решений, обеспечивать их выполнение при взаимодействии различных уровней управления. Большой эффект дает объединение возможностей системы с логистическими технологиями при организации перевозок грузов на стыках железнодорожного и других, в частности морского, видов транспорта. Однако слабое развитие информационной базы вынуждало на стыковых пунктах дороги выбирать вручную информацию о грузах, следующих на припортовые станции, для формирования планов подвода вагонов. Поэтому было принято решение об ускоренном развитии систем автоматизации обработки и передачи информации о грузах.

#### **Проблема существующего менеджмента**

В данный момент остро стоит вопрос выполнения всех поручений исполнителями. Используемая система передачи поручений и приказов ИДО не оправдывает своих назначений. Так как нет четкой проверки исполнения заданий, нет передачи сообщений в режиме реального времени (чат), не оптимизирована для удобного использования новым пользователем. Система ИДО не запускается совместно с запуском рабочего компьютера. Не является программой как таковой. Она представляет собой всего лишь ссылку на сервер где и производится обмен информацией. Единственные плюсы использования данной системы:

1. Не требует установки.
2. Доступ с любого компьютера.
3. Система внедрена.

Почему использование данной системы не эффективно:

1. Нет связи на малых перегонных станциях.
2. Необходимо знать ссылки, на которые приходится переходить при удалении закладки.
3. Отсутствие режима «чат» не позволяет мгновенно обмениваться сообщениями и необходимыми файлами.

Рассмотрим по пунктам.

Нет связи. Эта проблема остро стоит у предприятия. При получении указания и отправлении отчетов приходится пользоваться телефонной (реже факсимильной связью). Это осуществляется посредством звонка на собственную телефонную станцию, соединения с оператором, и только после соединения со станцией. В среднем дозвон на 1 станцию занимает 3 минуты. При этом качество связи оставляет желать лучшего. Зачастую приходится переспрашивать и повторять сказанное. Для чего совершаются звонки? Для передачи приказов, указаний, получения отчетов, планирования.

И если приказы и указания передаются в течение короткого периода соединения, то с получением отчетов возникает несколько иная ситуация. Они требуют точной передачи и занимают довольно продолжительное время. Для сокращения временных затрат предлагается провести цифровые линии связи на станции и полустанки. Благо это позволяют осуществить сотовые операторы. Затем воспользоваться специальным служебным программным обеспечением, которое используют в министерстве внутренних дел под названием ИСИДО.

Она позволяет минимизировать временные затраты посредством предлагаемого функционала. В данной программе заложены функции быстрого обмена сообщениями в режиме реального времени, электронная передача отчетов, слежение за выполнением поручений и приказов. Предлагаемые возможности позволяют исключить ночные смены работников центральных отделений дороги. Соответственно это уменьшает затраты в финансовом плане, так как за ночные смены полагается другая ставка заработной платы.

Рассмотрим данную программу подробнее.

#### **Преимущества предлагаемой системы перед существующей:**

1. Автоматическая передача отчетностей в общей системе;
2. Автоматическое слежение за выполнением поручений и приказов;
3. Запуск совместно с включением рабочей станции работника;
4. Мгновенное уведомление о новостях, событиях, сообщениях, приказах и пр.;
5. Прямая связь между сотрудниками;
6. Возможность удаленного подключения к ЭВМ подчинённого для отслеживания хода выполнения работы;
7. Регистрация появления на рабочем месте;
8. Сокращение времени доставки электронных документов;
9. Сокращение времени на регистрацию и поиск документов;
10. Упорядочивание бизнес-процессов делопроизводства Республики Казахстан;
11. Гарантированность доставки электронных документов (отправка электронного уведомления о доставке отправителю письма) [1].

#### **Недостатками являются:**

1. Необходимость установки ПО на каждый компьютер;
2. Необходимо наличие четкого соединения интернет, как и в существующей системе.

Сравнив эти две системы, можем заметить, что у предлагаемого обеспечения больше преимуществ. Оно позволяет эффективно отдавать поручения, принимать отчеты, затрачивая меньше времени.

### *Литература*

1. [Электронный ресурс]: Описание программы ЕСЭДО. Режим доступа: <http://www.nitec.kz/index.php/post/edinaya-sistema-elektronnogo-dokumentoorota-gosudarstvennyih-organov-esedo>. (дата обращения: 23.04.2016).

## Staff motivation at the enterprises of hotel business

Belyaev V. (Russian Federation)

### Мотивация персонала на предприятиях гостиничного бизнеса

Беляев В. А. (Российская Федерация)

*Беляев Виктор Анатольевич / Belyaev Victor - студент,  
кафедра менеджмента, экономический факультет,  
Российский университет дружбы народов, г. Москва*

**Аннотация:** в статье анализируются проблемы эффективной мотивации персонала на предприятиях гостиничного бизнеса, рассматриваются методы и способы рационального использования мотивационного потенциала персонала, указывается значимость мотивации персонала для финансовой стратегии и хороших экономических показателей фирмы.

**Abstract:** the article analyzes the problem of the effective motivation of staff at the enterprises of hotel business, focuses on methods and ways of rational use of motivation potential of personnel, indicated importance of staff motivation for financial strategy and good economic performance of the company.

**Ключевые слова:** анализ, менеджмент, мотивация, персонал, методы, эффективность.

**Keywords:** analysis, management, motivation, personnel, methods, effectiveness.

На современном этапе развития системы управления персоналом в предприятиях гостиничного бизнеса выделяются проблемы эффективной координации персонала, мотивации персонала, а так же рациональное использование человеческих ресурсов. Анализируя проблемы управления персоналом в предприятиях гостиничного бизнеса, можно заметить, что для задач эффективного и рационального использования человеческих ресурсов используются как классические методы и инструменты управления персоналом, так и современные инновационные методы.

Для эффективного управления персоналом на предприятиях гостиничного бизнеса руководитель должен уметь справляться со следующими профессиональными задачами:

1. Предугадывать потребности заинтересованных сторон;
2. Создавать выигрышные стратегии;
3. Работать результативно;
4. Интересоваться профессиональными возможностями персонала;
5. Стимулировать и вознаграждать персонал;
6. Строить доверительные отношения;
7. Стремиться к превосходству;
8. Иметь способность увлекать и вдохновлять;
9. Повышать свою квалификацию;
10. Принимать сложные решения;
11. Уметь расставлять приоритеты;
12. Быть инновационным;
13. Претворять ценности в жизнь.

Методика выявления ключевых мотиваторов персонала, или проще говоря, диагностика мотивационной сферы сотрудников, представляющих различные структурные подразделения гостиницы, процесс довольно емкий и относительно сложный. Одним из важнейших факторов, который определяет организационное поведение людей в трудовом процессе, является их мотивация и стимулирование. Комплексная система мотивации и стимулирования сотрудников в структуре управления персоналом в гостинице требует особого подхода и разработки соответствующих методов и технологий [1, с. 78].

Учитывая философский взгляд западного менеджмента на то, что «сотрудник и работодатель - равноправные партнеры, преследующие свои цели», ставится задача, изучить цели работника, без чего невозможно разрабатывать систему его мотивации. В настоящее время в арсенале западного менеджмента имеется набор мотивационных теорий, указывающих на то, как устроена система мотивации и как правильно следует мотивировать персонал. Использование теоретических и практических положений по разработке систем стимулирования и мотивации сотрудников способствует пониманию и сближению целей работодателя и работника, что повышает эффективность работы западного предприятия.

В разработке и использовании различных систем стимулирования и мотивации сотрудников огромных успехов достигли крупные зарубежные гостиничные предприятия, поэтому необходимо учитывать данный опыт в управлении персоналом в московских отелях с поправками на отечественные реалии. Поэтому, следует обратить внимание гостиничного менеджмента на следующие положения, которые необходимо учитывать при разработке системы мотивации сотрудников в основных сегментах гостиничного предприятия:

1. Поощрение гостиничного работника всегда оказывается эффективнее наказания;

2. Поощрение гостиничного работника должно быть конкретизировано и осуществляться без задержек, потому что, чем больше временной интервал, тем меньше поощрение сказывается в конечном результате;

3. Не совсем стандартные поощрения за большие заслуги стимулируют гостиничного работника выполнять свои обязанности более эффективно;

4. Поощрения за промежуточные результаты усиливают мотивацию гостиничных работников, а так же способствуют росту их отдачи, тем самым сокращая время достижения основных ведущих целей;

5. Будет правильным предоставление гостиничному работнику определенной самостоятельности, свободу перед выбором систем действий, а так же право принимать организационные решения;

6. Правильная система мотивации увеличивает внутриличностную удовлетворенность своей работой в гостинице и укрепляет уверенность гостиничных работников в собственных силах;

7. Довольно часто, непропорционально большое вознаграждение какой-либо части гостиничных работников вызывает зависть остального персонала, и ведет к напряженности в трудовом коллективе. В таком случае поощрять следует определенными долями;

8. Конкуренция внутри трудового коллектива довольно эффективно мотивирует гостиничных работников, а так же способствует продвижению инновационных идей и проявлению творческой составляющей в сервисном обслуживании гостей.

Перечисленные положения требуют изменения организации труда так, чтобы он приносил гостиничному работнику удовлетворение таких потребностей человека, как самоутверждение, заинтересованность и развитие личности. При этом необходимые изменения достигаются за счет следующих технологических действий и управленческих решений в основных сегментах гостиничного предприятия:

1. Увеличение объема задач (рост ответственности и расширение круга коммуникативного общения в рамках предоставленных полномочий).

2. Обогащение содержания труда, то есть развитие таких характеристик самого процесса труда, которые дают возможность наиболее широко использовать творческие, инновационные и организационные способности человека.

3. Повышение отдачи от трудовой деятельности, т.е. гостиничный работник и его непосредственный руководитель должны видеть, что полученный результат трудовой деятельности используется на практике. Это чрезвычайно важно для

кадровых служб отеля, так как в реальной жизни их рекомендации и какие-либо инновационные разработки зачастую остаются без должного внимания.

Внедрение графика гибкого рабочего времени и гибкого рабочего места дает возможность для самореализации гостиничного работника, гибкое рабочее место в дополнение к скользящему графику, разделение обязанностей одной штатной единицы между двумя работниками позволит увеличить число рабочих мест, что должно привести к росту занятости населения, а также даст возможность работникам выполнять задания дома это особенно актуально для руководящих работников и специалистов, которые вынуждены оставаться на рабочем месте допоздна) или на другом рабочем месте, если обязанности работника требуют постоянных разъездов [2, с. 98].

Разделение должностей - это предоставление одной должности при полном рабочем дне двум гостиничным работникам, каждый из которых занят, например, еженедельно по два с половиной рабочих дня. Они делят заработную плату и другие материальные ценности, которые положены работникам, занятым полный рабочий день. Этот метод позволяет держать наиболее ценных гостиничных работников в штате организации, также создать дополнительные рабочие места.

Продвижение по службе как непосредственный элемент системы мотивации для менеджеров среднего звена строится по принципу иерархии должностей - руководитель отдела, руководитель сектора и т.п. В гостиничном предприятии существует система двух иерархий - линейное и функциональное подчинение, например руководитель отдела продаж, подчиняется директору гостиницы и руководителю отдела маркетинга [3, с. 186].

Специальные программы стимулирования работников гостиницы троятся на основе общих и специальных принципов.

К *общим принципам* относятся: политика полной занятости, косвенный контроль, личные стимулы, развитие неспециализированной карьеры, повышение степени разнообразия работы, личное участие работника в принятии решений, дополнительные льготы и т.п.

К *специальным принципам* относятся - специфичность кадровых процедур, единый статус работников, продолжительная профессиональная подготовка, максимальная ответственность, устойчивые горизонтальные связи взаимодействия, институционализация перемен.

Оплата труда - основное денежное вознаграждение с учетом количества и качества труда. Разработкой структуры оплаты труда и стимулирования занимается отдел кадров гостиницы.

Система участия работников в управлении гостиничным предприятием внедряется в целях повышения заинтересованности персонала в результатах своего труда. Участие в управлении выражается в функционировании специальных органов - советов, консультативных комитетов. Право участия в принятии решений реализуется в вопросах организации труда, форм и уровня заработной платы, консультации по вопросам кадровых программ [4, с. 65].

Вопросам управления организациями индустрии туризма посвящено недостаточное количество исследований. Теорию управления и результаты научных исследований следует рассматривать не как абсолютную истину, а, пожалуй, как инструменты, которые при правильном использовании помогают руководителю принимать решения более осмысленно и избегать ненужных ошибок.

### *Литература*

1. *Аширов Д. А.* Управление персоналом. Учебное пособие. М.: Высшее образование и наука, 2011. 249 с.
2. *Брайтнер Р. А.* Основы управления в индустрии гостеприимства: Пер. с англ. М.: Аспект-пресс, 2005. 158 с.

3. *Веснин В. Р.* Практический менеджмент персонала. М.: Юрист, 2013. 314 с.
4. *Папирян Г. А.* Менеджмент в индустрии гостеприимства: (отели и рестораны). М.: Экономика, 2010. 189 с.

---

**Trends in the development of joint ventures**  
**Bubelo A. (Russian Federation)**  
**Тенденции развития совместных производств**  
**Бубело А. Д. (Российская Федерация)**

*Бубело Александр Дмитриевич / Bubelo Aleksandr – студент,  
специальность: таможенное дело,  
кафедра таможенного дела и гражданского права,  
Юридический институт,*

*Владимирский государственный университет им А. Г. и Н. Г. Столетовых, г. Владимир*

***Аннотация:** в статье анализируются основные тенденции в становлении и развитии комплекса МПК (международной производственной кооперации) в России и мире. Рассмотрены основные перспективные МПК, их особенности и проблематика, а также проанализирован иностранный опыт внедрения кооперации в экономические процессы и его положительный эффект. Также предложены возможные пути решения проблемы застоя отечественного автопрома.*

***Abstract:** the article analyzes the main trends in the development of the complex of the IPC (International industrial cooperation) in Russian Federation and the world. The basic perspective of the IPC, characteristics and problems, as well as analyzed the introduction of foreign experience of cooperation in the economic process and its positive effect. Also offered possible solutions to the problem of stagnation of the domestic automobile industry.*

***Ключевые слова:** мировая производственная кооперация, проблемы кооперации, исследование рынка.*

***Keywords:** global industrial cooperation, issues of cooperation, market research.*

Международная производственная кооперация с каждым годом приобретает все большую значимость. Кооперирование производственных мощностей получило значительное развитие в области автомобилестроения.

В 1987 году Экономическая комиссия ООН определила термин межфирменной кооперации как «формальное или неформальное соглашение между двумя или более фирмами, заключаемое с целью сотрудничества и подразумевающее как участие в капитале для создания новых фирм, так и неакционерные формы соглашений».

Практически любая форма международной кооперации имеет элементы производственного взаимодействия. Главная тенденция — это развитие международной производственной кооперации. Международная производственная кооперация — одна из форм международного сотрудничества, при которой трудовой вклад кооперантов из разных стран соединяется в повседневном взаимодействии процессов производства конечного продукта.

Положительной тенденцией развития МПК является рост доли международного товарооборота в области промежуточной продукции автомобилестроения, такой как компоненты, части и детали. В некоторых странах процент доли промежуточной продукции может достигать 60 %.

Анализируя экономические отрасли ведущих стран мира, можно выявить основные положительные тенденции международного разделения труда при участии Российской Федерации. К примеру, проведение разнообразных инвестиционных

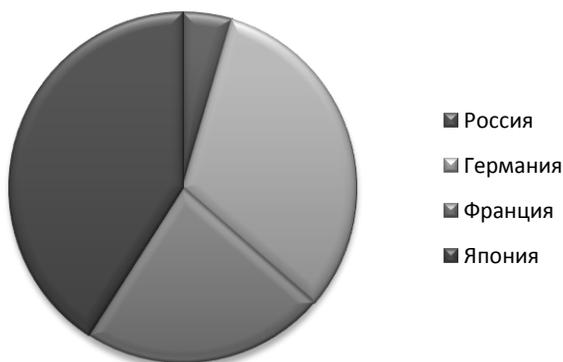
проектов с США, а так же кадровая кооперация. Имеется тенденция расширения промышленно-инвестиционных и промышленно-торговых форм кооперации с французскими компаниями и австрийскими. Огромный потенциал имеет взаимодействие с немецкими компаниями, ввиду участия госкорпораций.

Основной тенденцией для развития МПК в мире на сегодня является реализация схем инноваций в экономиках стран – участниц. Что касается Российской Федерации, то основными тенденциями здесь остаются, во-первых, переход от топливно-сырьевой ориентированности хозяйства, когда вывоз сырья с целью его реализации зарубежным партнерам оказывается прибыльнее, чем его обработка на основе развития промышленности внутри страны. Второй важный аспект это сложность экономического обоснования для транснациональных корпораций экономической выгоды российского рынка, в сравнении с китайским или индийским. В этой связи и выявляется тенденция к увеличению флексибельности (гибкости) законодательства.

Третья тенденция в развитии промышленного сотрудничества это максимальная унификация технических стандартов и процедур соотвествия. Важным этапом в преодолении этой проблемы стало распространение всемирной торговой организации (ВТО). ВТО ставит своей задачей создание единообразия регламентов, тем самым максимального упрощения экономических связей. Правительства стран, входящих в организацию, стараются, учитывая интересы производителей, добиться максимального снижения экономико-политических барьеров, но с сохранением оптимального баланса сил, необходимого для нормального функционирования национального производителя. К примеру, в рамках участия в ВТО Россия, в вопросе промышленной кооперации автомобилестроения, взяла на себя обязательство установить начальный уровень связывания в 25 %. Тем самым были введены тарифные льготы, облегчающие ввоз в страну новых авто импортного производства.

Введение бенчмаркинга в производственный процесс является важной тенденцией, но необходимо четко понимать его назначение в конкретной ситуации. Проанализируем совместные производства между российскими и европейскими фирмами. Если не брать в учет постройку заводов, то деятельность европейских фирма производителей сводится к созданию совместных сборочных предприятий на уже готовых территориях российского кооперанта. Например, это такие совместные предприятия, как «Автофрамос» (Ranault и Банк Москвы) и «Sollers», производящие такие автомобили, как Fiat, Isuzu, SsangYong. Основными положительными факторами такой кооперации являются – создание рабочих мест и загрузка производственных мощностей российских предприятий. Но, с другой стороны, это взаимодействие имеет скорее отрицательный характер для отечественного автопрома. Это обусловлено даже не столько экономически, сколько тем, что на сборочных предприятиях, как правило, производят более старые модели, и не производятся инновационные разработки. И еще один отрицательный фактор заключается в тенденции к полному поглощению зарубежной компанией производственных мощностей. В это же время российские производители сдают свои позиции на внутреннем рынке. По данным «автостата», уровень локализации российского производства за последние 5 лет упал почти на 60 %. При этом прогнозируется дальнейший спад, и к 2020 году будет составлять лишь 10 %. Становится очевидно, что для сохранения отечественной промышленности в области автомобилестроения необходимы существенные изменения на существующих предприятиях. Стоит отметить, что в странах Европы доля национальных авто очень высока, так, в Германии она составляет более 70 %, Франции более 50 %, в России же доля составляет менее 12 %.

Но если говорить о странах Азии, то национальный автопром в Японии составляет 90 %, в Корее около 75 %. Что касается Америки, то Дженерал Моторс, Форд и Крайслер составляют в сумме более половины автопрома. Наглядная разница в уровне локализации представлена на диаграмме.



*Рис. 1. Уровень локализации производства*

Эксперты неоднократно говорят об этой проблеме, высказываются предложения по повышению качества и обновлению модельного ряда, при этом главным преимуществом должна быть низкая цена. В этом отношении новые модели АвтоВАЗ сохранили тенденцию малой успешности. Также не стоит забывать о программах государственного стимулирования и финансовой поддержки, применение которых, к сожалению, не приносит значительных, долгосрочных и, главное, стабильных положительных изменений в деятельности предприятия. Исходя из этого, можно сформулировать ключевую проблему. Эта проблема обусловлена недостаточным пониманием рынка – все попытки проведения модернизационных процессов не приводят к значительным изменениям валового спроса, а причина того кроется в слабой информированности о конъюнктуре спроса. Именно углубление и повышение четкости понимания рынка в условиях сегодняшнего дня – являет собой базис по разработке действительно успешных и конкурентоспособных продуктов. Ввиду этого, прежде чем говорить об особенностях и недостатках технологического процесса необходимо обеспечить солидную информационную обеспеченность производства. Широко известен тот факт, что иностранные компании тратят значительные средства на исследование рыночной информации, а также её обновление и анализ [1 с. 2]. Примером грамотного анализа можно назвать модель Polo седан марки Volkswagen – автомобиль на высоком уровне, отвечающий запросам российских потребителей. Но ввиду слабых позиций отечественных компаний, говорить о подобном анализе конъюнктуры рынка преждевременно. Поэтому необходимо создание совместной структуры, поддерживаемой государством, деятельностью которой была бы направлена на создание информационного поля для автопроизводителей, обеспечение циркуляции информации, ее анализа и определения ключевых возможностей.

Стоит отметить аналогичный опыт ЮАР, принявшей решение о поддержке национального производителя и обеспечения их конкурентоспособности в мировом товарообороте. Правительство республики совместно с ООН разработало программу, в соответствии с которой опыт местных производителей кооперируется с мировой практикой для того, чтобы их продукция соответствовала требованиям ведущих компаний. Программа проводится в 3 этапа:

1. Введение прямого сотрудничества предприятия с покупателем, тем самым повышая качество и детализируя работы.
2. Поддерживающие меры для выхода на мировые рынки.
3. Поддержка развития предприятия, путем привлечения высококвалифицированных кадров.

Ключевым фактором развития данной программы стало взаимодействие различных предприятий, направленное на выявление и решение как оперативных, так и

долгосрочных проектов. В один момент был образован некий «клуб» поставщиков для обмена информацией. Именно эта форма информационной кооперации обеспечила достижение намеченных результатов и создала условия для развития производителей.

Данный мировой опыт показал реальную результативность международной производственной кооперации, он позволяет получать предприятию всю необходимую информацию о мировых тенденциях и проблемах. Данный пример показывает, что в условиях российских реалий анализу должны быть подвергнуты покупательские приоритеты. Пример ЮАР наглядно показал перспективность создания единого информативного центра. На основании результатов и разделения эмоциональных и фактических составляющих негативных оценок должны приниматься меры по изменению технолого-производственного процесса на российских предприятиях. При этом в целях укрепления позиций отрасли в целом кооперация производителей не должна заканчиваться исключительно финансированием комплексных рыночных исследований. Необходимо совместными усилиями задать направление развития и наметить возможности достижения целей. Таким образом, информационная кооперация может быть расширена в производственную. В конечном итоге такой подход должен обеспечить оздоровление отрасли и дать необходимый импульс успешному развитию отдельных предприятий [1, с. 5].

### *Литература*

1. *Хутевич В. В.* Бенчмаркинг отраслевой кооперации для создания маркетинговых возможностей для российских автопроизводителей // МГТУ «МАМИ», 2015.

---

## **Classification methods of promotion of "VKontakte" Ganeev R. (Russian Federation) Классификация методов продвижения «ВКонтакте» Ганеев Р. А. (Российская Федерация)**

*Ганеев Радмир Артурович / Ganeev Radmir - студент,  
кафедра экономики, управления и инвестиции, факультет экономики и управления,  
Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск*

**Аннотация:** *статья посвящена проблемам применения социальных сетей в интернете для продвижения товаров и услуг. Рассмотрены существующие методы рекламы в социальных сетях. Проанализированы существующие технологии продвижения и предложены варианты их использования.*

**Abstract:** *the article is devoted to the problems of the use of online social networks to promote products and services. The existing methods of advertising on social networks. Analyzed existing technology promotion and variants of their use.*

**Ключевые слова:** *продвижение, социальные сети, услуги, интернет, реклама в сообществах, таргетинг, ретаргетинг.*

**Keywords:** *promotion, social networking services, online advertising in communities, targeting, retargeting.*

УДК: 338.46.

На сегодняшний день существует большое количество методов продвижения в интернете. В данной статье я хочу рассмотреть существующие в социальной сети «ВКонтакте», в которой можно выделить следующие виды рекламы:

- 1 Реклама в сообществах.

## 2 Таргетинг.

### 3 Ретаргетинг.

#### 1. Реклама в сообществах.

В этом формате размещение рекламы происходит на стене сообществ.

Обычные условия размещения: рекламная запись висит первой на стене группы 60 минут, после опускается вниз по ленте новостей и через сутки удаляется. Также администраторы могут оставить вашу запись на стене сообщества, если она подходит под основной контент сообщества.

При рассмотрении статистики группы, в которой вы собираетесь публиковать рекламное объявление, обратите внимание на следующие факторы: активность участников, суммарный охват и посещаемость ресурса. Охват — число участников группы, которые увидели запись. Охват, равный 20 % от объема участников сообщества, считается хорошим.

Когда вы размещаетесь через биржу рекламы, большим плюсом является статистика записи [3]. Здесь есть возможность ознакомиться с количеством участников группы и общим числом человек, увидевших рекламное объявление, и разделить их по возрасту и полу. Можно отследить количество уникальных посетителей, кликнувших по одной из ссылок в объявлении, также количество участников, которые прокомментировали, отметили вашу публикацию кнопкой «Мне нравится» или «Рассказать друзьям». Если при помощи записи рекламировалась группа, вы увидите данные о числе вступивших в нее пользователей при помощи вашего объявления. Эти данные помогут выбрать вам наиболее хорошие группы и повысить эффективность размещения.

## 2 Таргетинг.

Таргетинг (англ. target — цель) — метод онлайн продвижения, дающий нам возможность выбрать из всей аудитории только ту часть, что соответствует интересующим нас критериям, и показать рекламу именно ей.

В этом случае используется информация о пользователе, которую он указывает на личной странице при регистрации.

ВКонтакте можно использовать таргетинг для продвижения сайтов, групп, записей, приложений и видеозаписей.

Перейдем к рассмотрению существующих форматов таргетинга.

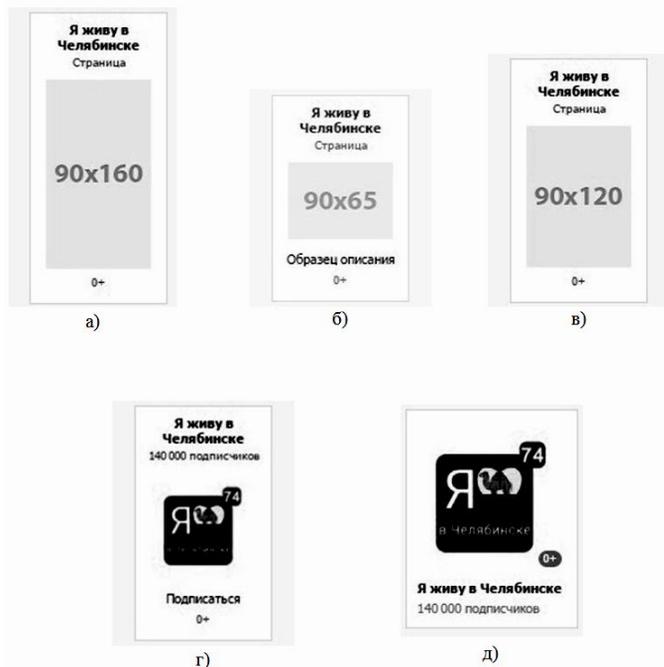


Рис. 1. Существующие форматы таргетинга

Эксклюзивный. Рисунок 1 а).

Изображение: 90x160 пикселей.

Название: 25 символов.

Во время продвижения данным форматом, отображается только ваше объявление, при этом стоимость выше, чем у остальных объявлений в 2 раза.

Текст и изображение. Рисунок 1 б).

Изображение: 90x65 пикселей.

Название: 25 символов.

Текст: 60 символов.

В этом формате продвижения можно написать наиболее количество символов, для описания уникальности вашего продукта.

Изображение. Рисунок 1 в).

Изображение: 90x120 пикселей.

Название: 25 символов.

Наиболее часто используемый формат. Яркая и необычная картинка большего размера позволяет привлечь внимание пользователя, а интересное название заставит перейти по объявлению.

Продвижение сообществ. Рисунок 1 г).

Изображение: берется аватар рекламируемой группы размером 90x90 пикселей.

Название: 25 символов.

В данном формате под рекламой находится кнопка «Вступить» или подписаться в зависимости от виде вашего сообщества, кликнув на нее, люди сразу вступают, не просматривая сообщество, опираясь только на информацию в объявлении.

Специальный. Рисунок 1 д).

Изображение: берется аватар группы или любая изображение размером 128x128 пикселей.

Под названием отображается число подписчиков или количество друзей в группе.

В данном формате самая маленькая скорость показов, большая цена, но при этом высокая конверсия.

Запись из сообщества.

Отображение записей групп происходит в ленте новостей выбранных вами пользователей. Данный формат можно использовать в полной и мобильной версии сайта и в официальном приложении ВКонтакте. Изначально запись публикуется в сообществе и имеет такие же возможности, что и обычная публикация: можно прикрепить к ней картинку, текст, опрос, геолокацию, wiki-страницу или видео. Основная разница данной записи от остальных — это ее отображение у вашей целевой аудитории в ленте новостей. Первое рекламное объявление будет отображаться в ленте через 5 – 9 записей и после 24-й.



Я живу в Челябинске

Живете в Челябинске? Обязательно вступайте к нам в группу.

Челябинск — это мы устали от шуток про самый суровый город в России.

Челябинск — это у нас в центре мегаполиса растёт лес.

Челябинск — это наш город находится одной половиной на Урале, а второй в Сибири.

[Показать полностью...](#)



Рис. 2. Пример таргетинга «запись из сообщества»

ВКонтакте при настройке объявления есть больше 25 разных параметров.

При выборе целевой аудитории вы указываете страну, город, район и улицу. Это будет крайне полезным, если вы продвигаете, к примеру: рестораны, парикмахерские или спортивные залы.

Демография позволяет выбрать такие критерии, как: пол, возраст, семейное положение. Настройка по тем, у кого в ближайшее время будет день рождения — хороший способ для рекламы проведения праздников в ресторане, кафе, клубе или развлекательном центре. В семейном положении можно выбрать тех, кто «помолвлен», что активно используется для продвижения свадебного бизнеса.

Таргетинг по интересам производится на основе данных пользователя, который он указал в своем профиле. Есть выбор по следующим параметрам: телепередачи, фильмы, музыка, игры и книги. Следует отметить, что это не самый лучший параметр таргетинга, так как заполнение проходит при регистрации в социальной сети и потом почти никогда не редактируются. Очень эффективным параметром является «Сообщества». Здесь можно указать не больше 25 групп, что дает выбрать наиболее схожие с тематикой рекламируемой вами услуги.

### 3. Ретаргетинг.

Одним из наиболее эффективных рекламных инструментов ВКонтакте является ретаргетинг [5].

Ретаргетинг — это механизм, при помощи которого рекламные объявления показываются тем пользователям, которые уже знакомы с нашим продуктом или же это точечная аудитория, взятая из базы, выбранной в таргетинге.

В кабинете рекламы можно загрузить список, состоящий из телефонов, email-адресов, или id пользователей.

Большие возможности для создания списков ретаргетинга можно получить, используя код ретаргетинга у вас на сайте. В специальной форме вводится адрес вашего сайта и для вас составляется HTML-код, который вставляется на страницу, посетителям которой вы хотите показывать рекламу.

При помощи кодов вы сможете собрать списки и группы покупателей разных товаров или услуг, посетителей, которые совершили те или другие действия на вашем сайте: регистрацию, подбор параметров товара, просмотр определённых страниц. И затем создать собственную кампанию для каждой из этих групп.

Если правильно использовать ретаргетинг, можно значительно повысить конверсию размещаемых объявлений. Например, можно подтолкнуть к покупке людей, которые собирались купить товар в интернет-магазине, но отказались от этого в последний момент, либо сообщить о новых акциях ваших постоянных покупателей.

Итак, мы рассмотрели все существующие форматы продвижения. Назвать какой-либо метод наиболее эффективным было бы некорректно, так как эффективность продвижения зависит от большого количества факторов. Определить наиболее оптимальный для вас формат можно при помощи тестирования.

Время, в которое ваша целевая аудитория находится в онлайн, является не менее важным фактором. Нет смысла запускать рекламную кампанию ночью, когда все люди спят [8].

Каждую секунду посетители сайта видят десятки рекламных предложений и объявлений. Очень важно вырваться из общего потока. Вы должны привлечь внимание вашей аудитории при помощи интригующего заголовка и яркой картинки, но при этом вы не должны обманывать ожидания пользователя этим объявлением [7]. В нем нужно показать смысл вашего предложения.

Для правильной настройки объявлений вы должны хорошо знать вашу целевую аудиторию, правильно указать все параметры в объявлении и найти группы с наибольшим количеством потенциальных клиентов.

### *Литература*

1. ВКонтакте: Эффективная реклама в сообществах. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.azconsult.ru>. (дата обращения: 7.05.2016).
2. Майк Микаловиц. Метод тыквы. Как стать лидером в своей нише без бюджета, 2013.
3. Мишина И. В. Методы продвижения в социальных сетях. [Электронный ресурс]. URL: <http://inetmark.web-3.ru>. (дата обращения: 25.03.2016).
4. Правила размещения рекламных объявлений. [Электронный ресурс]. URL: [http://vk.com/ads?act=office\\_help&terms](http://vk.com/ads?act=office_help&terms). (дата обращения: 13.02.2016).
5. Реклама ВКонтакте: таргетинг. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1day1step.ru>. (дата обращения: 11.05.2016).
6. Ретаргетинг. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Ретаргетинг> (дата обращения: 04.05.2016).
7. Ретаргетинг 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cossa.ru/216/8191>. (дата обращения: 15.05.2016).
8. Румянцев Д. О. Продвижение бизнеса в ВКонтакте, 2016.

## Expert assessment of the value of targeted promotion in the social network "VKontakte"

Ganeev R. ( Russian Federation)

### Экспертная оценка стоимости продвижения таргетингом в социальной сети «VKontakte»

Ганеев Р. А. (Российская Федерация)

*Ганеев Радмир Артурович / Ganeev Radmir – студент, кафедра экономики, управления и инвестиций, факультет экономики и управления, Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск*

**Аннотация:** в статье рассмотрены вопросы разработки стратегии продвижения товаров и услуг при помощи социальных сетей. Рассмотрены условия и возможности эффективного продвижения и отражены основные составляющие стратегии продвижения продукции в социальных сетях.

**Abstract:** the article discusses the development of strategies to promote products and services through social networks. The conditions and the possibility of effective promotion and reflects the main components strategii product promotion in social networks.

**Ключевые слова:** продвижение, реклама, реклама в социальных сетях, услуги, интернет-СМИ, таргетинг, ретаргетинг.

**Keywords:** promotion, advertising, social networking services, online media, targeting, retargeting.

УДК: 339.1.

В данной статье рассмотрим продвижение сообщества ВКонтакте при помощи использования таргетинга. Основной задачей будет являться вступление новых участников по минимальной стоимости в региональное СМИ сообщество по следующим критериям:

- Город: Челябинск, Россия.
- Пол: Мужской/женский.
- Показатели активности: пользователи, проявившие большую активность по параметрам (мне нравится, рассказать друзьям, комментариям) за последние 4 месяца.

1 пункт.

В 1 пункте собираем список региональных сообществ со схожей тематикой (Новости, события, афиша развлечений города). Затем при помощи специальных сайтов или приложений делаем выборку id(айди) пользователей, совершивших те или иные действия по интересующим нас параметрам, разбиваем полученную базу идентификаторов пользователей на 2 списка по половому признаку (мужчины/женщины) [5].

Для дальнейшей работы нам будет необходимо дополнительно разделить оба списка на 20 равных более маленьких списков.

Затем делаем случайную выборку 20 наиболее узнаваемых памятников и мест интересующего нас города [6]. Для данной процедуры можете воспользоваться поисковиком любого интернет-браузера, прописав в строке поиска «Памятники или достопримечательности нужного вам города», в нашем случае это «Челябинск» (Рисунок 1).

После составляем заголовок (25 символов) и текстовое описание (60 символов) для наших объявлений. В моей работе был составлен следующий «Афиша событий Челябинска» и «Мы знаем, куда сходить на майских выходных в Челябинске» [2].

2 пункт. 1 этап.

На данном этапе приступаем к созданию объявлений для нашей рекламной кампании (40 штук) в рекламном кабинете. Для этого выбираем интересующие нас параметры объявления, а именно:

- Формат объявления: Изображение и текст.
- Заголовок: Афиша событий Челябинска
- Описание: Мы знаем, куда сходить на майских выходных в Челябинске.
- Изображение: поочередно выбираем для каждого объявлений свое.
- Тематика объявления: новости и СМИ.
- Подраздел: интернет-издания.
- Страна: Россия.
- Город: Челябинск.
- Пол: Мужской/женский (по 20 объявлений на каждый).
- Сообщества: исключаем наше сообщество, т.к. участники не смогут вступить повторно.
- Группы ретаргетинга: поочередно выбираем для каждого объявлений свою группу [4].
- Способ оплаты: оплата за показы.
- Стоимость 1000 показов: 0.7 рубля.
- Рекламная компания: создать новую (для каждого последующего этапа рекомендую создавать новую для более просто анализа результатов вашей деятельности).

После создания объявлений запускаем их и по достижению каждым объявлением средней отметки в 9-11 тысяч выключаем их (рисунок 2).

Делаем ранжирование объявлений по показателю CTR (рисунок 3) всех объявлений в обеих кампаниях для отбора 5 лучших, из которых берем изображения для следующего этапа.

CTR – это эффективность объявления. Количество переходов по объявлению, поделенное на количество показов, измеряется в процентах.



Жен. этап 1. редактировать

## Рекламные объявления

К статистике по дням

Период статистики: За всё время ▼

Показаны: Все активные объявления ▼

## В кампании 20 активных объявлений

Выделить: все, запущенные, остановленные

 Поиск объявлений

| <input type="checkbox"/> | Название                    | Статус | CPM (?)   | Лимит (?) | Потрачено          | CTR (?)        | Переходы  | Показы         |
|--------------------------|-----------------------------|--------|-----------|-----------|--------------------|----------------|-----------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 20 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.08 руб.          | 0.020 %        | 2         | 10 116         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 19 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 6.51 руб.          | 0.000 %        | 0         | 9 311          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 18 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.93 руб.          | 0.035 %        | 4         | 11 332         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 17 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 6.26 руб.          | 0.034 %        | 3         | 8 946          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 16 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.21 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 308         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 15 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.22 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 328         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 14 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.15 руб.          | 0.039 %        | 4         | 10 227         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 13 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 5.91 руб.          | 0.047 %        | 4         | 8 455          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 12 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.30 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 429         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 11 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.71 руб.          | 0.054 %        | 6         | 11 021         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 10 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.24 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 352         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 9  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 5.46 руб.          | 0.077 %        | 6         | 7 810          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 8  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 5.26 руб.          | 0.053 %        | 4         | 7 536          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 7  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.74 руб.          | 0.000 %        | 0         | 11 063         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 6  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.12 руб.          | 0.059 %        | 6         | 10 173         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 5  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.09 руб.          | 0.099 %        | 10        | 10 129         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 4  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 6.96 руб.          | 0.010 %        | 1         | 9 953          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 3  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.18 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 268         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 1  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.14 руб.          | 0.010 %        | 1         | 10 209         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 2  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 4.89 руб.          | 0.014 %        | 1         | 6 999          |
| <b>Всего</b>             |                             |        |           |           | <b>136.36 руб.</b> | <b>0.030 %</b> | <b>62</b> | <b>194 965</b> |

Рис. 2. Результаты 1 этапа

Рекламные объявления

К статистике по дням

Период статистики: За всё время ▾  
 Показаны: Все активные объявления ▾

В кампании 20 активных объявлений

Выделить: все, запущенные, остановленные

🔍 Поиск объявлений

| <input type="checkbox"/> | Название                    | Статус | СРМ (?)   | Лимит (?) | Потрачено          | CTR (?) ▾      | Переходы  | Показы         |
|--------------------------|-----------------------------|--------|-----------|-----------|--------------------|----------------|-----------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 5  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.09 руб.          | 0.099 %        | 10        | 10 129         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 9  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 5.46 руб.          | 0.077 %        | 6         | 7 810          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 6  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.12 руб.          | 0.059 %        | 6         | 10 173         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 11 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.71 руб.          | 0.054 %        | 6         | 11 021         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 8  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 5.26 руб.          | 0.053 %        | 4         | 7 536          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 13 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 5.91 руб.          | 0.047 %        | 4         | 8 455          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 14 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.15 руб.          | 0.039 %        | 4         | 10 227         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 18 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.93 руб.          | 0.035 %        | 4         | 11 332         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 17 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 6.26 руб.          | 0.034 %        | 3         | 8 946          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 20 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.08 руб.          | 0.020 %        | 2         | 10 116         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 3  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.18 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 268         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 16 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.21 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 308         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 15 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.22 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 328         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 10 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.24 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 352         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 12 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.30 руб.          | 0.019 %        | 2         | 10 429         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 2  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 4.89 руб.          | 0.014 %        | 1         | 6 999          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 4  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 6.96 руб.          | 0.010 %        | 1         | 9 953          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 1  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.14 руб.          | 0.010 %        | 1         | 10 209         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 19 | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 6.51 руб.          | 0.000 %        | 0         | 9 311          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 7  | ■      | 0.71 руб. | 100 руб.  | 7.74 руб.          | 0.000 %        | 0         | 11 063         |
| <b>Всего</b>             |                             |        |           |           | <b>136.36 руб.</b> | <b>0.030 %</b> | <b>62</b> | <b>194 965</b> |

Рис. 3. Список активных объявлений 1 этапа по показателю CTR

Кликнув по кнопке «Статистика по дням», переходим на страницу в которой мы можем увидеть общее количество вступлений в данной кампании (рисунок 4), также здесь можем ознакомиться со средним показателем CTR по всей кампании, в данном случае он равен 0.030%.

Период статистики: За май ▼

| Дата ▼ | Потрачено   | CTR (?) | Переходы | Показы  | Охват (?) | Вступления (?) |
|--------|-------------|---------|----------|---------|-----------|----------------|
| 14 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 13 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 12 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 11 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 10 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 9 мая  | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 8 мая  | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 7 мая  | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 6 мая  | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 5 мая  | 2.35 руб.   | 0.032 % | 1        | 3 161   | 293       | 0              |
| 4 мая  | 17.74 руб.  | 0.045 % | 11       | 24 133  | 1 289     | 1              |
| 3 мая  | 61.72 руб.  | 0.030 % | 26       | 87 955  | 3 447     | 8              |
| 2 мая  | 54.55 руб.  | 0.030 % | 24       | 79 716  | 2 766     | 8              |
|        | 136.36 руб. | 0.030 % | 62       | 194 965 |           | 17             |

Рис. 4. Общие результаты 1 этапа

2 этап.

После выбора 5 наиболее эффективных фотографий (Рисунок 5) по показателю CTR проводим повторную отборку, чтобы выбрать изображение для следующего этапа таргетирования с наибольшим количеством переходом.



Рис. 5. Наиболее эффективные изображения по количеству переходов по итогам 1 этапа: а) №1; б) №2; в) №3; г) №4; д) №5

Так как у нас 20 списков участников, распределяем каждое изображение на 4 списка и проводим и запускаем объявления (Рисунок 7). По итогам данного этапа выбираем наиболее эффективное изображение с наибольшим показателем CTR, который мы повысили по сравнению с предыдущим этапом на 0.011% до 0.041% (Рисунок 6)

## Жен. этап 2. редактировать

Дневной лимит: Не задан  
 Общий лимит: Не задан  
 Статус: Остановлено (?)  
 Дата запуска: Не задана  
 Дата остановки: Не задана

[Создать объявление](#)

## Статистика

[К списку объявлений](#)

Период статистики: За май ▾

| Дата ▾ | Потрачено   | CTR (?) | Переходы | Показы  | Охват (?) | Вступления (?) |
|--------|-------------|---------|----------|---------|-----------|----------------|
| 17 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 16 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 15 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 14 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 13 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 12 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 11 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 10 мая | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 9 мая  | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 8 мая  | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 7 мая  | 0.00 руб.   | 0.000 % | 0        | 0       | 0         | 0              |
| 6 мая  | 18.40 руб.  | 0.040 % | 10       | 24 958  | 2 465     | 5              |
| 5 мая  | 246.96 руб. | 0.041 % | 146      | 354 202 | 12 567    | 47             |
|        | 265.36 руб. | 0.041 % | 156      | 379 160 |           | 52             |

Рис. 6. Общие результаты 2 этапа

**В кампании 20 активных объявлений**

Выделить: все, запущенные, остановленные 🔍 Поиск объявлений

| <input type="checkbox"/> | Название                   | Статус | СРМ (?)   | Лимит (?) | Потрачено          | CTR (?) ▾      | Переходы   | Показы         |
|--------------------------|----------------------------|--------|-----------|-----------|--------------------|----------------|------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 3 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 7.76 руб.          | 0.135 %        | 15         | 11 096         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 1 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 17.67 руб.         | 0.071 %        | 18         | 25 391         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 1 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 14.97 руб.         | 0.070 %        | 15         | 21 394         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 1 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 21.88 руб.         | 0.067 %        | 21         | 31 259         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 1 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 14.69 руб.         | 0.048 %        | 10         | 20 998         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 3 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 7.15 руб.          | 0.039 %        | 4          | 10 225         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 3 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 13.23 руб.         | 0.037 %        | 7          | 18 914         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 4 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 10.07 руб.         | 0.035 %        | 5          | 14 389         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 5 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 10.14 руб.         | 0.035 %        | 5          | 14 487         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 2 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 18.44 руб.         | 0.034 %        | 9          | 26 345         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 2 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 18.88 руб.         | 0.033 %        | 9          | 26 981         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 5 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 13.02 руб.         | 0.032 %        | 6          | 18 609         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 2 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 9.07 руб.          | 0.031 %        | 4          | 12 971         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 5 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 9.18 руб.          | 0.030 %        | 4          | 13 124         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 3 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 10.08 руб.         | 0.028 %        | 4          | 14 403         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 4 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 10.58 руб.         | 0.026 %        | 4          | 15 118         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 2 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 20.19 руб.         | 0.024 %        | 7          | 28 851         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 4 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 12.91 руб.         | 0.022 %        | 4          | 18 445         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 5 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 15.47 руб.         | 0.018 %        | 4          | 22 112         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска 4 | ■      | 0.70 руб. | 100 руб.  | 9.83 руб.          | 0.007 %        | 1          | 14 048         |
|                          | <b>Всего</b>               |        |           |           | <b>265.36 руб.</b> | <b>0.041 %</b> | <b>156</b> | <b>379 160</b> |

Рис. 7. Список активных объявлений 2 этапа по показателю CTR

Выбрав наиболее эффективное изображение для интересующей нас целевой аудитории, увеличиваем число вариаций заголовков и описаний в объявлениях наиболее подходящих под тематику сообщества (Рисунок 8).

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| <p><b>Афиша событий Челябинска</b><br/>Группа</p>  <p>Мы знаем, куда сходить на майских выходных в Челябинске.<br/>0+</p> | <p><b>Не знаете куда сходить?</b><br/>Группа</p>  <p>Расскажем о всех ближайших мероприятиях Челябинска.<br/>0+</p> | <p><b>Живете в Челябинске?</b><br/>Группа</p>  <p>Рассказываем о всех мероприятиях и событиях города.<br/>0+</p> | <p><b>Куда пойти в мае?</b><br/>Группа</p>  <p>Вся афиша мероприятий Челябинска у нас в группе.<br/>0+</p> |
|--|--|---|--|

Рис. 8. Объявления с изображением с наибольшей эффективностью и 4 видами вариаций заголовков и описаний

По итогам показа данных объявлений мы выявляем, что для нашей аудитории более важно, на данном примере мы увидели, что важную роль играет принадлежность к своему городу (Рисунок 9).

Рекламные кампании » Жен. этап 3. Beta-версия

**Жен. этап 3.** редактировать

Дневной лимит: Не задан  
 Общий лимит: Не задан  
 Статус: Запущена (?)  
 Дата запуска: Не задана  
 Дата остановки: Не задана

[Создать объявление](#)

**Статистика** [К списку объявлений](#)

Период статистики: За май ▾

| Дата ▾ | Потрачено   | CTR (?) | Переходы | Показы  | Охват (?) | Вступления (?) |
|--------|-------------|---------|----------|---------|-----------|----------------|
| 13 мая | 17.60 руб.  | 0.067 % | 15       | 22 263  | 1 613     | 7              |
| 12 мая | 15.50 руб.  | 0.047 % | 9        | 19 157  | 1 307     | 4              |
| 11 мая | 10.73 руб.  | 0.085 % | 11       | 12 901  | 1 114     | 4              |
| 10 мая | 10.19 руб.  | 0.028 % | 4        | 14 134  | 1 172     | 1              |
| 9 мая  | 20.46 руб.  | 0.050 % | 12       | 23 804  | 1 622     | 5              |
| 8 мая  | 36.53 руб.  | 0.050 % | 23       | 46 067  | 2 458     | 7              |
| 7 мая  | 56.64 руб.  | 0.056 % | 43       | 76 410  | 2 763     | 11             |
|        | 167.55 руб. | 0.054 % | 117      | 214 736 |           | 39             |

Рис. 9. Результаты 3 этапа

Так же заметен результат тщательной отборки изображения для показа данного вида рекламы. Это хорошо прослеживается по показателям всех объявлений данного этапа. Больше половины объявлений имеет значение CTR выше 0.050%, а средней показатель составляет 0.054% (Рисунок 10).

**В кампании 20 активных объявлений**

Выделить: все, запущенные, остановленные

🔍 Поиск объявлений

| <input type="checkbox"/> | Название                 | Статус | СРМ (?)   | Лимит (?) | Потрачено          | CTR (?) ▾      | Переходы   | Показы         |
|--------------------------|--------------------------|--------|-----------|-----------|--------------------|----------------|------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Живете в Челябинске?     | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 5.44 руб.          | 0.129 %        | 9          | 7 000          |
| <input type="checkbox"/> | Живете в Челябинске?     | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 8.06 руб.          | 0.107 %        | 11         | 10 267         |
| <input type="checkbox"/> | Живете в Челябинске?     | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 4.63 руб.          | 0.101 %        | 6          | 5 950          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 9.57 руб.          | 0.098 %        | 12         | 12 275         |
| <input type="checkbox"/> | Живете в Челябинске?     | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 5.84 руб.          | 0.080 %        | 6          | 7 469          |
| <input type="checkbox"/> | Живете в Челябинске?     | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 4.98 руб.          | 0.078 %        | 5          | 6 410          |
| <input type="checkbox"/> | Не знаете куда сходить?  | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 5.56 руб.          | 0.056 %        | 4          | 7 087          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 11.61 руб.         | 0.054 %        | 8          | 14 900         |
| <input type="checkbox"/> | Не знаете куда сходить?  | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 5.86 руб.          | 0.053 %        | 4          | 7 486          |
| <input type="checkbox"/> | Куда сходить в мае?      | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 13.21 руб.         | 0.053 %        | 9          | 17 053         |
| <input type="checkbox"/> | Куда сходить в мае?      | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 12.24 руб.         | 0.051 %        | 8          | 15 660         |
| <input type="checkbox"/> | Не знаете куда сходить?  | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 12.41 руб.         | 0.050 %        | 8          | 15 900         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 10.37 руб.         | 0.045 %        | 6          | 13 281         |
| <input type="checkbox"/> | Куда сходить в мае?      | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 8.15 руб.          | 0.038 %        | 4          | 10 472         |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 14.33 руб.         | 0.033 %        | 6          | 18 371         |
| <input type="checkbox"/> | Куда сходить в мае?      | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 9.67 руб.          | 0.032 %        | 4          | 12 364         |
| <input type="checkbox"/> | Не знаете куда сходить?  | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 5.08 руб.          | 0.031 %        | 2          | 6 533          |
| <input type="checkbox"/> | Афиша событий Челябинска | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 10.89 руб.         | 0.029 %        | 4          | 13 924         |
| <input type="checkbox"/> | Куда сходить в мае?      | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 3.58 руб.          | 0.022 %        | 1          | 4 553          |
| <input type="checkbox"/> | Не знаете куда сходить?  | ▶      | 0.81 руб. | 100 руб.  | 6.07 руб.          | 0.000 %        | 0          | 7 781          |
| <b>Всего</b>             |                          |        |           |           | <b>167.55 руб.</b> | <b>0.054 %</b> | <b>117</b> | <b>214 736</b> |

Рис. 10. Список активных объявлений 3 этапа по показателю CTR

Определив наиболее эффективное по переходам изображение и заголовок с описанием, запускаем последний этап, для того чтобы визуально оценить результаты рекламной кампании (Рисунок 11).

Рекламные кампании = Жен. этап 4. Beta-версия

**Жен. этап 4.** редактировать

Дневной лимит: Не задан  
 Общий лимит: Не задан  
 Статус: Запущена (?)  
 Дата запуска: Не задана  
 Дата остановки: Не задана

[Создать объявление](#)

**Статистика** [К списку объявлений](#)

Период статистики: За май ▾

| Дата ▾ | Потрачено          | CTR (?)        | Переходы   | Показы         | Охват (?) | Вступления (?) |
|--------|--------------------|----------------|------------|----------------|-----------|----------------|
| 16 мая | 7.10 руб.          | 0.173 %        | 15         | 8 689          | 786       | 10             |
| 15 мая | 7.46 руб.          | 0.118 %        | 12         | 10 166         | 855       | 8              |
| 14 мая | 12.13 руб.         | 0.129 %        | 18         | 13 927         | 1 111     | 12             |
| 13 мая | 19.16 руб.         | 0.117 %        | 29         | 24 869         | 1 476     | 15             |
| 12 мая | 22.20 руб.         | 0.135 %        | 39         | 28 936         | 1 661     | 18             |
| 11 мая | 35.48 руб.         | 0.178 %        | 80         | 44 830         | 1 878     | 53             |
| 10 мая | 57.60 руб.         | 0.136 %        | 103        | 75 441         | 2664      | 57             |
|        | <b>161.13 руб.</b> | <b>0.143 %</b> | <b>296</b> | <b>206 858</b> |           | <b>173</b>     |

Рис. 11. Результаты 4 этапа

По результатам 4 этапов рекламной кампании, применяя таргетинговую рекламу, мы можем отследить увеличение показателя CTR и уменьшения стоимости вступления.

Анализ результатов по рекламной кампании.

Результаты 1 этапа:

- Средний показатель CTR= $62/194965*100\%=0.030\%$

- Средняя стоимость 1 участника= $136.36\text{ руб.}/17=8.02\text{ руб.}$

Результаты 2 этапа:

- Средний показатель CTR= $156/379160*100\%=0.041\%$

- Средняя стоимость 1 участника= $265.36/52=5.10\text{ руб.}$

Результаты 3 этапа:

- Средний показатель CTR= $117/214736*100\%=0.054\%$

- Средняя стоимость 1 участника= $167.55\text{ руб.}/39=4.29\text{ руб.}$

Результаты 4 этапа:

- Средний показатель CTR= $296/206858*100\%=0.143\%$

- Средняя стоимость 1 участника= $161.13\text{ руб.}/173=0.93\text{ руб.}$

По этим данным мы видим, что показатель CTR по итогам 4 этапов вырос в 4.76 раза, а стоимость 1 вступления уменьшилась с 8.02 рублей до 0.93 рублей в целых 8.62 раза. Таким образом, на основании этих данных можно заявить, что увеличивая количество этапов при помощи различных критериев, по которым мы отбираем объявления с наибольшим процентов переходов, мы существенно снижаем интересующую нас стоимость вступления в сообщество нашей целевой аудитории.

### Литература

1. Васильев Г. А., Поляков В. А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие. М.: Вузовский учебник, 2010. 276 с.

2. *Мишина И. В.* Методы продвижения в социальных сетях. [Электронный ресурс]. URL: <http://inetmark.web-3.ru>. (дата обращения: 25.03.2016).
3. Правила размещения рекламных объявлений. [Электронный ресурс]. URL: [http://vk.com/ads?act=office\\_help&terms](http://vk.com/ads?act=office_help&terms). (дата обращения: 13.02.2016).
4. Ретаргетинг. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Ретаргетинг>. (дата обращения: 04.05.2016).
5. Ретаргетинг 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cossa.ru/216/8191>. (дата обращения: 15.05.2016).
6. *Румянцев Д. О.* Продвижение бизнеса в ВКонтакте, 2016.
7. *Федотюченко Ю. И.* Социальные сети: вчера наступает сегодня // Реклама. Теория и практика, 2010.

# ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

---

**Hedge funds as a form of alternative investments:  
strategy of development**

**Bratov A. (Russian Federation)**

**Хедж-фонды как вид альтернативных инвестиций:  
стратегии развития**

**Братов А. Б. (Российская Федерация)**

*Братов Аслан Борисович / Bratov Aslan - аспирант,  
кафедра оценки и управления собственностью,*

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

**Аннотация:** одним из видов альтернативных инвестиций, вызывающим интерес у многих инвесторов, являются хедж-фонды. В данной статье описываются общие типы хедж-фондов, их особенности. Автором проводится обзор основных категорий хедж-фондов и применяемые ими стратегии на рынке.

**Abstract:** one type of alternative investments causing interest among many investors are hedge funds. This article describes common types of hedge funds, their characteristics. The author provides an overview of the main categories of hedge funds and the strategy used by them on the market.

**Ключевые слова:** хедж-фонды, альтернативные инвестиции, стратегии, категории.  
**Keywords:** hedge funds, alternative investment, strategy, category.

Альтернативные инвестиции все чаще применяются инвесторами как способ диверсификации и более высокой доходности. Учитывая разнообразие характеристик, общих для многих альтернативных инвестиций, не удивительно, что не существует единого мнения по окончательному списку. Существуют даже дебаты относительно того, что представляет собой категорию по сравнению с суб-категорией альтернативных инвестиций. Нижеприведенный список является одним из подходов для определения широких категорий альтернативных инвестиций:

- Хедж-фонды.
- Фонды прямых инвестиций.
- Недвижимость.
- Товары.
- Прочие.

Остановимся подробнее на хедж-фондах. Наименование «хедж-фонд» возник от совместного применения длинных и коротких позиций, что являлось первым методом, используемым фондами для хеджирования рыночного риска. Со временем, с применением новых различных видов инвестиционных инструментов, виды и характер концепций хеджирования расширились. Сегодня хедж-фонды – частные инвестиционные компании, которые управляют портфелями ценных бумаг и деривативами, применяются различные стратегии и методы управления рисками на разнообразных рыночных площадках [4].

Большинство хедж-фондов имеют установленные стратегии, вследствие чего их можно классифицировать. Однако классификации меняются с течением времени, в соответствии с новыми стратегиями часто основанные на новых продуктах и возможностях на рынке. Классификация хедж-фондов очень важна, поскольку

позволяет инвесторам просмотреть сводные данные об эффективности выбранной стратегии, а также выбрать или построить соответствующие критерии оценки эффективности портфеля. Как правило, существуют четыре основные категории стратегий: стратегия, основанная на событиях, стратегия относительной стоимости, макро стратегия и стратегия хеджирования акционерного капитала. Стратегии в рамках этих категорий влекут за собой характерный каждому риск и доходность. Фонд может использовать единую стратегию или несколько стратегий для гибкости, управления рисками или диверсификации [2].

*Стратегия, основанная на событиях*, стремится получить прибыль от краткосрочных событий, как правило, включает потенциальные изменения в корпоративной структуре, такие как приобретение или реструктуризация. Менеджеры, использующие данную стратегию, стараются извлечь выгоду несоответствия цен на рынке до или после таких событий и занять позицию, основанную на прогнозируемом движении ценной бумаги [3]. Стратегия подразумевает рассмотрение компании «снизу вверх» (анализ компании с последующей агрегацией и анализом большей группы, такой как отрасль). Инвестиции могут включать в себя длинные и короткие позиции в обыкновенные и привилегированные акции, а также долговые ценные бумаги и опционы. Данная стратегия может содержать следующие подкатегории:

- **Арбитражное слияние:** данная стратегия включает в себя длинную позицию (покупка), когда акции компании приобретаются, и короткую (продажа), когда по приобретенным акциям анонсируется слияние/поглощение. Менеджер ожидает, что приобретающая компания в конечном итоге переплатит за приобретение и, возможно, будет страдать от повышенной долговой нагрузки. Основной риск в этой стратегии заключается в том, что заявленного слияния или поглощения не произойдет, и хедж-фонд не закроет свои позиции на своевременной основе.

- **Проблемные/реструктурированные:** данная стратегия нацелена на покупку ценных бумаг компаний в случае банкротства или состоянии, близком к банкротству. Существует множество способов, в которых хедж-фонды пытаются получить прибыль от проблемных ценных бумаг. Хедж-фонд может просто приобрести торгуемую облигацию со значительным дисконтом к номиналу. Данная транзакция осуществляется в ожидании, что компания реструктуризируется, и фонд получит прибыль от последующей продажи ценных бумаг. Хедж-фонд может также использовать более сложный подход и купить старший долг и короткий младший долг или купить привилегированные акции и обыкновенные акции. Эта сделка осуществляется в ожидании прибыли как спреда между ценными бумагами.

- **Активная:** эта стратегия нацелена на приобретение достаточного капитала для того, чтобы влиять на политику или направление компании. К примеру, представитель хедж-фонда может выступать за продажу активов, реструктуризацию, распределение капитала акционерам и/или изменение в управлении компанией, ее стратегии. Эти хедж-фонды отличаются от фондов прямых инвестиций тем, что они работают на рынке публичного акционерного капитала, а не частного капитала.

- **Особые ситуации:** данные стратегии сосредоточены на возможностях в капитале компании, которые в настоящее время занимают реструктуризацией (кроме слияний/поглощений и банкротства). Эти мероприятия включают в себя выпуск/выкуп ценных бумаг, распределение капитала, а также продажу активов.

*Стратегии, основанные на сравнительной (относительной) стоимости* стремятся получить прибыль от ценового несоответствия между связанными ценными бумагами. Ожидается, что ценовое расхождение вскоре разрешится. Эта стратегия, как правило, включает в себя покупку и продажу связанных ценных бумаг. Хедж-менеджеры фондов могут использовать различные виды анализа для выявления несоответствия цен ценных бумаг, в том числе математические, технические или

фундаментальные методы [5]. Примеры стратегий относительной стоимости включают в себя следующее:

- Арбитраж на конвертируемые облигации: это нейтральная инвестиционная стратегия, которая стремится извлечь выгоду от недооценки между конвертируемыми облигациями и ее составными частями (основной облигацией и встраиваемыми опционами). Стратегия, как правило, предполагает покупку конвертируемых долговых ценных бумаг и одновременно продажу обыкновенных акций того же эмитента.

- Ценные бумаги, обеспеченные активами: данная стратегия сосредоточена на относительной стоимости между различными ценными бумагами, обеспеченными активами (ABS) и ипотечными ценными бумагами (MBS), хедж-фонды стремятся воспользоваться их пере/недооценкой.

- Ценные бумаги с фиксированным доходом.

- Волатильность: данные стратегии обычно используют опционы в случае длинной или короткой рыночной волатильности.

- Мульти-стратегия: стратегия не фокусируется на одном типе торговли или классе активов, а вместо этого ищет инвестиционные возможности везде, где они могли бы существовать.

Хедж-фонды, применяющие *макро стратегию*, рассматривают подход «сверху вниз» (глобальный макроанализ с последующим секторально-региональным анализом и анализом компании) для выявления экономических тенденций, растущих по всему миру. Торги основываются на динамике экономических переменных. Как правило, данные фонды могут торговать облигациями, акциями на валютном и товарном рынках. Макро хедж-фонды используют длинные и/или короткие позиции, чтобы получить прибыль от анализа общего направления рынка, находящегося под влиянием основных экономических тенденций и событий.

Глобальные макро стратегии предполагают дискреционный и систематический подходы. Дискреционная торговля осуществляется инвестиционными менеджерами, которые определяют и выбирают вид инвестиций. Систематическая торговля основана на математических моделях и выполняется программным обеспечением с ограниченным участием людей в части программирования и обновления программного обеспечения. Эти стратегии также можно разделить на трендовые или контр-трендовые подходы, в зависимости от того, стремится ли фонд извлечь выгоду от трендового движения или от ожидания и получение в будущем выгоды от разворотов в тренде [1].

*Стратегии хеджирования капитала* является одной из первоначальных. Стратегия не ориентирована на торговле на фондовых торгах как стратегии, основанные на событиях или макро стратегии. Далее представлены примеры стратегий хеджирования капитала:

- Нейтральный рынок: Эта стратегия использует количественный (технический) и/или фундаментальный анализ для выявления и понимания того пере/недооценена ли ценная бумага. Хедж-фонд занимает длинную позицию по ценной бумаге, которую определил как недооцененную и короткую позицию по ценной бумаге, которая идентифицирована как переоцененная. Хедж-фонд пытается сохранить чистую позицию нейтральной по отношению к рыночным рискам. В идеале портфель должен иметь бета около нуля. Цель состоит в том, чтобы получить прибыль от движения отдельной ценной бумаги, одновременно хеджируя рыночные риски.

- Фундаментальный рост: данная стратегия применяет фундаментальный анализ для определения компаний с ожидаемыми высокими темпами роста и прироста капитала. Хедж-фонд занимает длинные позиции в определенных компаниях.

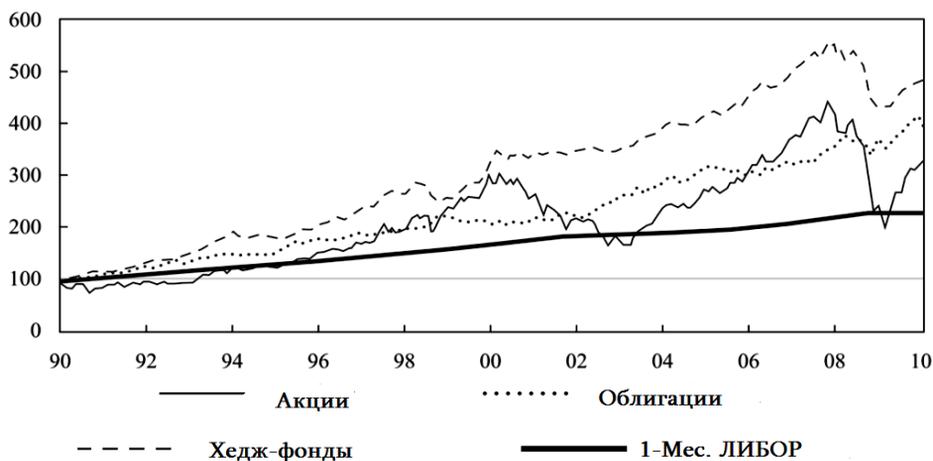
- Фундаментальная стоимость: применяет фундаментальный анализ для выявления недооценённых компаний.

- Количественная направленность: стратегия применяет технический анализ для выявления недо- и переоцененных компаний и определяет соотношения между данными ценными бумагами. Хедж-фонд занимает длинные позиции по ценным бумагам, идентифицированные как заниженные и короткие позиции по ценным бумагам, идентифицированные как завышенные, далее меняется уровень чистой длинной или короткой позиции в зависимости от ожидаемого направления рынка и стадии рыночного цикла.

- Короткие смещения: стратегия применяет количественный (технический) и/или фундаментальный анализ для выявления переоцененных ценных бумаг. Хедж-фонд занимает короткие позиции по переоцененным ценным бумагам. Фонд, как правило, варьирует чистую короткую позицию на основании рыночных ожиданий.

- Сектор: стратегия применяет опыт в конкретном секторе и может использовать количественный (технический) и фундаментальный анализ для выявления возможностей в секторе.

Хедж-фонды имеют менее жесткие ограничения по сравнению с традиционными инвестиционными управляющими компаниями, за счет чего они обладают большей гибкостью в части инвестирования. График 1 иллюстрирует доходы от чистых комиссионных доходов хедж-фондов, информация представлена на сайте «Hedge Fund Research, Inc. (HFRI)». Согласно Графику 1, совокупная производительность HFRI фонда превышает Barclays Capital Global Aggregate Bond Index (глобальный индекс облигаций) и MSCI All Country World Index (глобальный фондовый индекс) за период с 1990 по 2010 год. За 20-летний период хедж-фонды имели более высокую среднюю годовую доходность и более низкую волатильность в годовом исчислении. Обратите внимание, что доходность и волатильность (стандартное отклонение) представляют собой среднее значение и не являются репрезентативными какого-либо одного года.



Данные HFRI Fund of Funds Index, Barclays Capital Global Aggregate Bond Index и MSCI All Country World Index

График 1. Показатели производительности хедж-фондов, глобальных акций и облигаций, 1990–2010

В США первые хедж-фонды появились более 60 лет назад. В России история хедж-фондов началась только в 2008 году. К тому же в части российского законодательства хедж-фонд представляет собой один из вариантов паевого инвестиционного фонда, что не позволяет им применять широкий круг инструментов для инвестиций, вследствие чего их регистрируют в офшорной юрисдикции. Отметим еще пару причин офшоризации, это расширенные возможности в сфере оптимизации налогообложения, а также отсутствие дополнительных ограничений и издержек для поддержания статуса «квалифицированный

инвестор». Разница между паевым инвестиционным фондом и полноценным хедж-фондом довольно существенна. В отличие от ПИФов, играющих на росте курсовой стоимости, хедж-фонды собирают денежные средства с клиентов и занимают под них кредит для увеличения плеча до 1:10 или 1:100.

Хедж-фонды в России небольшие, 90 % активов являются инвестициями высокообеспеченных частных лиц, в то время как в западном мире 90 % вкладов – институциональные [6]. По данным Spear's, мировая индустрия хедж-фондов насчитывает более 80 компаний, инвестиционными советниками которых стали команды из России. Трек-рекорд практически половины российских хедж-фондов менее пяти лет. Около 70 % управляющих специализируются на торговле на местных рынках, в то время как остальные работают глобально [7].

«Несмотря на скромные результаты, мы по-прежнему считаем индустрию хедж-фондов наиболее перспективной и доходной», – отмечает Петр Попов (партнер и управляющий фондом GRW Asset Management). – «На рынке появляются фонды, которые в своей стратегии используют новейшие достижения науки. К управлению приходит молодежь, не обремененная стереотипами» [7]. Возможно, в скором будущем в России появятся хедж-фонды, чей рост будет являться одной из движущих сил в области финансов.

### *Литература*

1. *Инейчен Александр*. Абсолютные доходы: риски и возможности инвестирования хедж-фондов. М.: John Wiley & Sons, 2012 г. стр. 192. ISBN 0-471-25120-8.
2. *Коннор Грегори, Лазарт Тео*. Введение в стратегии Хедж-фондов. [Электронный ресурс]: Лондонская школа экономики и политических наук. URL: «An Introduction to Hedge Fund Strategy». (дата обращения: 17.05.2016).
3. Понимание инвестирования, основанного на событиях. [Электронный ресурс]: Barclay Hedge LTD. «Understanding Event-Driven Investing». (дата обращения: 17.05.2016).
4. Рабочая группа президента по финансовым рынкам. Хедж-фонды, кредитное плечо и уроки долгосрочного Капитала Менеджмент. [Электронный ресурс]: Департамент Казначейства США. URL: «Hedge Funds, Leverage, and the Lessons of Long-Term Capital Management». (дата обращения: 17.05.2016).
5. Относительная ценность определения арбитража. [Электронный ресурс]: Barclay Hedge LTD. «Relative Value Arbitrage definition». (дата обращения: 17.05.2016).
6. *Фефилова Наталья*. Хедж-фонды: большие деньги, высокие риски. [Электронный ресурс]: Dailymoneyexpert. URL: <http://dailymoneyexpert.ru/how-to-make/2015/07/14/xedzh-fondy-bolshie-dengi-vysokie-riski0717.html>. (дата обращения: 17.05.2016).
7. Рейтинг российских хедж-фондов SPEAR'S Russia. [Электронный ресурс]: Private Banking & Wealth Management. URL: <http://pbwm.ru/articles/rejting-rossijskih-hedzh-fondov-spear-s-russia-2>. (дата обращения: 17.05.2016).

## Grant consolidation as a measure of fiscal policy

Fedintseva E. (Russian Federation)

## Консолидация субсидий как мера бюджетной политики

Фединцева Е. О. (Российская Федерация)

*Фединцева Елена Олеговна / Fedintseva Elena - аспирант,  
кафедра «Государственные и муниципальные финансы»,  
финансово-экономический факультет,*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

**Аннотация:** специфика бюджетного федерализма в Российской Федерации предопределяет необходимость предоставления финансовой помощи из центра в регионы в различных формах межбюджетных трансфертов. В этой связи статья посвящена анализу такой формы межбюджетных трансфертов, как межбюджетные субсидии. Особое внимание при этом уделено вопросам совершенствования субсидий, в частности – процессу их укрупнения (консолидации). В заключительной части анализируются возможные варианты консолидации субсидий.

**Abstract:** the specifics of the budget federalism in the Russian Federation predetermines the necessity of providing financial support from the center to the regions in various forms of inter-budgetary transfers. In this regard the article examines the theoretical propositions that define one of the forms of inter-budgetary transfers, namely inter-budgetary subsidies. Special attention is paid to the issue of the consolidation of subsidies. The final part of the article analyses ways of grant consolidation.

**Ключевые слова:** бюджетная политика, социально-экономическое развитие, федерализм, межбюджетные трансферты, субсидии, консолидация.

**Keywords:** fiscal policy, economic and social development, federalism, intergovernmental transfers, subsidies, consolidation.

В условиях непростой экономической ситуации в стране одним из наиболее актуальных становится вопрос совершенствования межбюджетных отношений [1]. В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития [2], содействие экономическому развитию регионов предполагается осуществлять посредством государственной политики, направленной на сокращение различий в социальном и экономическом развитии регионов.

При этом к одним из основных направлений бюджетной политики в 2015-2017 годы будет относиться решение задачи по консолидации отдельных видов межбюджетных трансфертов, предоставляемых из федерального бюджета в рамках государственных программ Российской Федерации [3].

В бюджетных посланиях Президента Российской Федерации [4, 5] и в исследованиях, посвященных изучению вопроса повышения эффективности и прозрачности межбюджетных отношений в России, указывается необходимость замены существенной части субсидий, предоставляемых из федерального бюджета бюджетам субъектам так называемыми блочными трансфертами. Блочный трансферт – это консолидированная субсидия, которая направлена на финансирование конкретной отрасли экономики при одновременном отсутствии жестких условий расходования получаемых средств с условием контроля качества достижения поставленных целей. Сокращение (консолидация) субсидий, в первую очередь, вызвано необходимостью преодоления рассогласованности приоритетов оказания долевой финансовой помощи, одной из причин которой является наличие большого числа узкоотраслевых субсидий (общее количество субсидий в 2016 году. составило 95 штук объемом 378,0 млрд. рублей [6]), что, в свою очередь, в силу целевой направленности трансферта негативно сказывается на финансовой самостоятельности

регионов. К примеру, в федеральном бюджете на 2016 год предусмотрено предоставление 39 субсидий с объемом менее 1 млрд. рублей. Общий объем указанных субсидий 13,7 млрд. рублей [6]. При этом законом о бюджете 2016 года предусмотрено распределение отдельным регионам субсидий на поддержку племенного крупного рогатого скота мясного направления с суммами до 0,5 млн. рублей (Мурманской области – 25,6 тыс. рублей, Рязанской области – 131,5 тыс. рублей, Ярославской области 63,8 тыс. рублей и т. д.).

Издержки на администрирование подобного вида трансфертов могут оказаться сопоставимыми или больше получаемых выгод, соответственно, при уменьшении количества субсидий (подразумевается их укрупнение) произойдет снижение управленческих затрат, что является особенно актуальным в нынешних экономических реалиях.

В среднесрочной перспективе предполагается осуществлять консолидацию по принципу «одна государственная программа – одна субсидия» [7], и практика предоставления субсидий на софинансирование конкретных расходных обязательств будет минимизирована. При на федеральном уровне будут ставиться конкретные цели перед получателями субсидий и осуществляться контроль за результатами этой работы, а выбор способов достижения поставленных целей и задач будет предоставлен получателям субсидий.

Необходимо отметить преимущества блочных трансфертов перед классическими субсидиями: повышается межотраслевая гибкость, ориентация на региональные приоритеты и возможность поиска путей оптимизации расходов [8]. Помимо этого, консолидация субсидий позволит сократить количество административных процедур, которые сопровождают предоставление субсидий, и оптимизировать затраты за счет использования типовых соглашений и проектов повторного применения при софинансировании объектов капитального строительства. В итоге регионы будут получать субсидии не по отдельным мероприятиям, а в виде консолидированной субсидии под достижение определенных целевых показателей. Соответственно, сами регионы в рамках государственных программ должны будут определить приоритеты в направлениях расходования средств для достижения поставленных целей. В результате осуществления такого бюджетного маневра расширится степень свободы регионов страны при одновременном росте ответственности органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления за реализацию соответствующих мероприятий, поскольку пропорции и объемы расходования блочной субсидии по каждому конкретному направлению они будут определять самостоятельно. Возможность использования средств с учетом конкретных вызовов и проблем, стоящих перед тем или иным регионом, позволит существенно оптимизировать социально-экономическую ситуацию и обеспечить значительный экономический рост, поскольку на федеральном уровне зачастую тяжелее принять во внимание все имеющиеся трудности, чем на субнациональном.

Однако, несмотря на очевидные достоинства от введения блочных трансфертов, о результатах консолидации субсидий говорить еще рано, поскольку впервые консолидированная субсидия предоставлялась в 2014 году. Федеральным законом о федеральном бюджете [9] предусматривалось предоставление с 2014 года консолидированной субсидии в рамках государственной программы «Развитие здравоохранения» на реализацию отдельных мероприятий в рамках подпрограммы «Совершенствование оказания специализированной, включая высокотехнологичную, медицинской помощи, скорой, в том числе скорой специализированной, медицинской помощи, медицинской эвакуации».

В настоящий момент наибольший интерес в контексте консолидации межбюджетных субсидий представляет Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции (далее

– Госпрограмма), в разрезе которой предоставляется 43 субсидии, т. е. больше, чем в рамках других программ.

Таблица 1. Распределение межбюджетных субсидий из федерального бюджета по государственным программам Российской Федерации на 2016 год

| № ГП | Наименование   | Объем субсидий   | % в общем объеме | Кол-во субсидий* |
|------|--|------------------|------------------|------------------|
| 1    | 2  | 3                | 4                | 5                |
|      | <b>Субсидии всего</b>  | <b>378 023,9</b> | <b>100</b>       | <b>100</b>       |
|      | <i>в том числе:</i>  |                  |                  |                  |
| 1    | Развитие здравоохранения   | 14 176,2         | 3,8              | 3                |
| 2    | Развитие образования на 2013–2020 годы   | 3 908,0          | 1,0              | 6                |
| 3    | Социальная поддержка граждан   | 22 811,6         | 6,0              | 3                |
| 4    | Доступная среда на 2011–2020 годы  | 2 889,8          | 0,8              | 2                |
| 5    | Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации  | 16 600,6         | 4,4              | 8                |
| 7    | Содействие занятости населения   | 700,0            | 0,2              | 2                |
| 10   | Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечение пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах                      | 2 872,5          | 0,8              | 2                |
| 11   | Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы  | 6 610,3          | 1,8              | 4                |
| 12   | Охрана окружающей среды на 2012–2020 годы  | 3 855,8          | 1,0              | 2                |
| 13   | Развитие физической культуры и спорта  | 8 277,2          | 2,2              | 5                |
| 15   | Экономическое развитие и инновационная экономика   | 12 984,1         | 3,4              | 5                |
| 16   | Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности   | 4 548,3          | 1,2              | 2                |
| 23   | Информационное общество (2011–2020 годы)   | 538,5            | 0,1              | 1                |
| 24   | Развитие транспортной системы  | 11 389,6         | 3,0              | 2                |
| 25   | Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы | 180 640,8        | 47,8             | 43               |
| 26   | Развитие рыбохозяйственного комплекса  | 511,7            | 0,1              | 2                |
| 28   | Воспроизводство и использование природных ресурсов   | 5 698,6          | 1,5              | 1                |
| 29   | Развитие лесного хозяйства на 2013–2020 годы   | 871,5            | 0,2              | 1                |
| 34   | Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона   | 15 790,7         | 4,2              | 1                |
| 35   | Развитие Северо-Кавказского федерального округа на период до 2025 года   | 3 569,6          | 0,9              | 2                |
| 37   | Социально-экономическое развитие Калининградской области до 2020 года  | 5 420,4          | 1,4              | 1                |
| 45   | Социально-экономическое развитие Крымского федерального округа на период до 2020 года  | 53 158,1         | 14,1             | 1                |
| 99   | Реализация иных функций государственной власти   | 200,0            | 0,1              | 1                |

Таблица сформирована автором на основании данных Федерального закона от 14.12.2015 N 359-ФЗ «О федеральном бюджете на 2016 год».

\*исходя из количества направлений расходов по субсидиям в рамках соответствующей госпрограммы (с учетом направлений расходов по субсидиям на софинансирование капитальных вложений в рамках соответствующей государственной программы как одной субсидии).

Консолидацию субсидий в рамках Госпрограммы следует начать с укрупнения субсидий по отдельным отраслям: растениеводство, животноводство, страхование и т. д. В результате могут быть выделены субсидии на развитие растениеводства, животноводства и на поддержку сельскохозяйственного страхования и других (рисунок 1). В дальнейшем, практику укрупнения субсидий следует продолжить, объединив субсидии, направленные, к примеру, на субсидирование процентных ставок по кредитам и займам. Допустимо консолидировать субсидии и в рамках подпрограмм государственной программы развития сельского хозяйства, однако первые шаги по направлению к созданию блочных трансфертов предпочтительнее начинать с объединения небольшого количества субсидий, в частности, с консолидации по подотраслевому признаку.

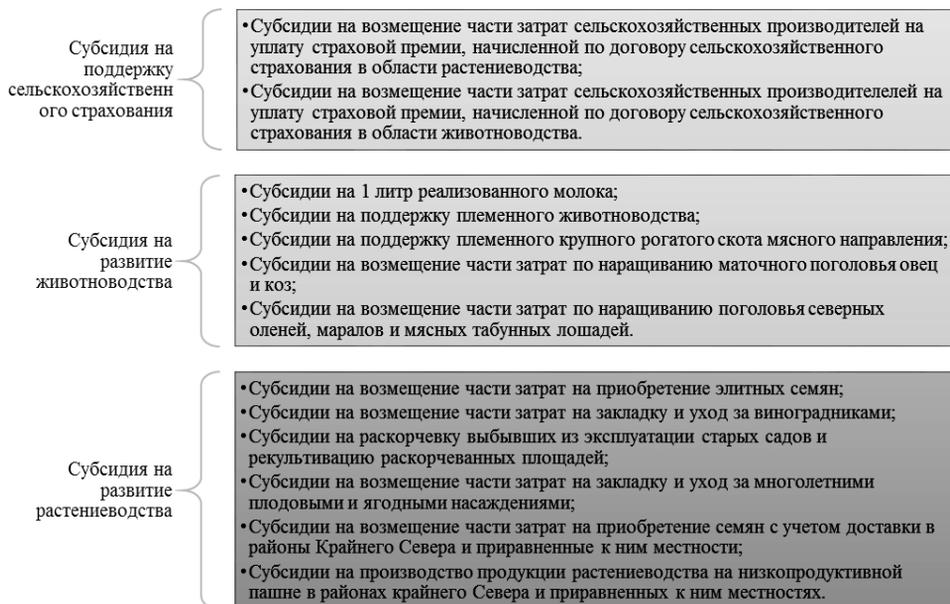


Рис. 1. Предложение по объединению субсидий в рамках государственной программы развития сельского хозяйства

В результате объединения субсидий предложенным образом их количество уменьшится с 13 до 3 штук, за счет чего, как предполагается, повысится эффективность реализации программ развития сельских территорий на региональном и местном уровнях и результативность использования бюджетных средств, поскольку будут минимизированы сложности объективной оценки федеральными органами исполнительной власти региональных приоритетов.

В дальнейшем наиболее предпочтительным в контексте поэтапной бюджетной реформы представляется переход к постепенной замене множества имеющихся субсидий одним блочным трансфертом. При этом наиболее логичным представляется осуществление этого процесса в несколько этапов:

- консолидация субсидий по отраслевому признаку (например, субсидии на поддержку растениеводства, животноводства и т. д.);
- консолидация субсидий на уровне подпрограмм государственных программ Российской Федерации;
- консолидация субсидий на уровне государственных программ Российской Федерации (принцип «одна программа – одна субсидия»);
- объединение субсидий в единый консолидированный блок с учетом межотраслевого и моноотраслевого характера развития территории.

Таким образом, в ближайшие годы одним из важных направлений совершенствования межбюджетных отношений в России продолжает оставаться процесс консолидации субсидий, в первую очередь предоставляемых в рамках госпрограммы, посредством которого будет расширена самостоятельность и свобода органов государственной власти субъектов Российской Федерации при одновременном стимулировании модернизации различных отраслей экономики в целом, а не только отдельных направлений.

### *Литература*

1. *Силуанов А. Г.* Пути совершенствования межбюджетных отношений в Российской Федерации // Российское предпринимательство, 2012. № 2. С. 45.
2. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. От 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».
3. Основные направления бюджетной политики на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов. [Электронный ресурс]. Доступ с офиц. сайта Министерства финансов РФ, свободный. URL: [http://www.minfin.ru/common/upload/library/2014/07/main/ONBP\\_2015-2017.pdf](http://www.minfin.ru/common/upload/library/2014/07/main/ONBP_2015-2017.pdf).
4. Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию от 13.06.2013 «О бюджетной политике в 2014 - 2016 годах».
5. Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию от 29.06.2011 «О бюджетной политике в 2012 - 2014 годах».
6. Федеральный закон от 14.12.2015 N 359-ФЗ «О федеральном бюджете на 2016 год».
7. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 310 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Создание условий для эффективного и ответственного управления региональными и муниципальными финансами, повышения устойчивости бюджетов субъектов Российской Федерации».
8. *Яхьяев М. М.* Совершенствование системы межбюджетных отношений на субнациональном уровне. [Текст]: автореф. дис. на соиск.уч. степ. канд. эк. наук (08.00.10) / Яхьяев Махач Магомедсаидович; АНО ВПО «Российская академия предпринимательства». Санкт-Петербург, 2014. С. 23.
9. Федеральный закон от 02.12.2013 N 349-ФЗ (ред. от 26.12.2014) «О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов».

---

## **On improvement of standard tax deductions of personal income tax Erchenkova E. (Russian Federation)**

### **К вопросу о совершенствовании стандартных налоговых вычетов по НДФЛ**

#### **Ерченкова Е. М. (Российская Федерация)**

*Ерченкова Елизавета Михайловна / Erchenkova Elizaveta - студент магистратуры,  
факультет налогов и налогообложения,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

**Аннотация:** в статье рассматривается вопрос о направлениях совершенствования стандартного налогового вычета по НДФЛ, который предоставляется на детей налогоплательщика. Даны расчеты величины налоговой экономии по данному налоговому вычету для семей с разным финансовым достатком. Предложены направления совершенствования условий и порядка предоставления стандартного

*налогового вычета на детей налогоплательщика в целях повышения адресности социальной поддержки населения.*

***Abstract:** the article discusses ways of improving the standard tax deduction of personal income tax, provided for the taxpayer's children. Calculations of the value of tax savings are given for families with different financial incomes. In order to improve the targeting of social support of the population, ways of improving the condition and the procedure for granting a standard tax deduction for the taxpayer's children are offered.*

**Ключевые слова:** *налоги, налог на доходы физических лиц (НДФЛ), стандартные налоговые вычеты, налоговая экономия.*

**Keywords:** *tax, personal income tax (PIT), standard tax deductions, tax savings.*

В странах с развитой рыночной экономикой налоги активно используются как инструмент проведения социальной политики государства. Посредством налогов государство перераспределяет доходы между различными группами граждан в целях выравнивания их материального неравенства. В Российской Федерации одним из инструментов перераспределения доходов населения выступает стандартный налоговый вычет по НДФЛ, который предоставляется налогоплательщикам, имеющим детей. За время применения данного стандартного налогового вычета произошли определенные изменения в механизме его предоставления. Все эти изменения были направлены на повышение эффективности данного налогового вычета в целях проведения социальной политики государства по поддержке малоимущих граждан и семей, имеющих детей.

Впервые после введения в действие главы 23 Налогового кодекса Российской Федерации размер стандартного налогового вычета на детей налогоплательщика составлял 300 руб. на ребенка. Затем его размер повысили до 600 руб. [1]. Важным этапом в эволюции стандартного налогового вычета было введение дифференциации его размера в зависимости от числа детей налогоплательщика. В настоящее время стандартный налоговый вычет составляет по 1400 руб. в месяц на первого и второго ребенка; 3000 руб. в месяц на третьего и каждого последующего ребенка. С 2016 г. существенно повышен размер стандартного налогового вычета на детей-инвалидов детства, инвалидов 1 и 2 группы. Если ранее на таких детей налогоплательщика размер стандартного налогового вычета составлял 3000 руб. в месяц, то теперь его размер составит 12 тыс. руб. в месяц. Менялся и размер ограничительного порога доходов для права налогоплательщика на применение вычета: с 20 тыс. руб. в самом начале до 280 тыс. руб. в 2009 году. Начиная с 1 января 2016 г. данный порог повышен до 350 тыс. руб. [2].

Применение стандартных налоговых вычетов на детей налогоплательщика, как и любая иная налоговая льгота или налоговая преференция, ведет к выпадению доходов бюджетной системы. По данным ФНС России в 2013 году, общие потери бюджета от предоставления стандартных налоговых вычетов на детей составили 301 млрд. рублей [3]. В этой связи встает вопрос об эффективности применения налоговой преференции в виде стандартных налоговых вычетов на детей налогоплательщика.

Автор сделал расчеты налоговой выгоды, которую получают семьи с разным материальным достатком, имеющим трех детей, от применения стандартного налогового вычета по НДФЛ. Расчеты сделаны для норм налогового законодательства, действовавших в 2015 г.

*Первый вариант.* Семья имеет 3-х детей, не достигших 18-летнего возраста. В семье оба родителя работающие, годовой доход каждого не превысил 280 тыс. руб. за год. Таким образом, оба родителя имеют право на применение стандартного налогового вычета в течение всего календарного года. Предположим, что ежемесячная заработная плата каждого родителя составляет 23 330 руб. Такое допущение сделано для того, чтобы годовой доход не превысил допустимый порог

(280 тыс. руб.) для права на применение налогового вычета в течение всего года (23 330 x 12 = 279 960 руб. в год). Общая сумма стандартного налогового вычета для одного работающего родителя составит: 5 800 руб. (2 800 руб. за двух первых детей и 3 000 руб. за третьего ребенка). Смотреть таблицу 1 на следующей странице.

Таблица 1. Расчет экономии для семьи с невысоким достатком

| <b>Расчет месячной экономии от стандартного вычета на детей для двух родителей.</b>                     |                                    |                                   |   |   |                    |
|---|------------------------------------|-----------------------------------|---|---|--------------------|
| Заработная плата обоих родителей без учета вычета   | Вычет на детей для обоих родителей | Заработная плата, с учетом вычета | Налог с заработной платы без учета вычета | Налог с заработной платы, с учетом вычета | Налоговая экономия |
| 46 660 руб.   | 11 600 руб.                        | 35 060 руб.                       | 6 065, 8 руб.                             | 4 557, 8 руб.                             | 1 508 руб.         |
| <b>Расчет годовой налоговой экономии при применении стандартного вычета на детей для двух родителей</b> |                                    |                                   |   |   |                    |
| 559 920 руб.  | 139 200 руб.                       | 420 720 руб.                      | 72 789, 6 руб.                            | 54 693, 6 руб.                            | 18 096 руб.        |

Из данных таблицы следует, что ежемесячная налоговая экономия при применении стандартных налоговых вычетов в семье составит всего лишь 1508 рублей. Данная налоговая экономия несопоставима с прожиточным минимумом на ребенка. По данным Федеральной службы государственной статистики (далее – ФСГС) средний месячный прожиточный минимум на одного ребенка в возрасте до 15 лет составляет около 3 130 рублей. [4] В семье с тремя детьми месячный прожиточный минимум составит соответственно 9390 рублей. Таким образом, ежемесячная налоговая экономия семьи в 6,2 раза меньше величины месячного прожиточного минимума на троих детей. Кроме того, удельный вес налоговой экономии за счет применения стандартных налоговых вычетов в годовом бюджете семьи также незначителен и составляет всего лишь 3,2 % (18 096 руб.: 558 920 рублей). Однако обращает на себя внимание следующее обстоятельство. Величина ежемесячно налоговой экономии в размере 1508 рублей столь мала, что она попросту растворяется в общих расходах семьи (даже если ежемесячная заработная плата родителей не 23 330 руб., как взято в примере, а 15 000 или 10 000 рублей в месяц). Однако годовая налоговая экономия при применении стандартных налоговых вычетов на детей в абсолютном выражении (18 096 рублей) намного ощутимее. Это уже реальная сумма, которая может быть потрачена на одежду, обувь или спортивный инвентарь для детей. Поэтому более эффективно предоставлять стандартный налоговый вычет на детей разово в конце года. Семья увидит, что в декабре родители получили зарплату на 18 096 рублей больше. А это уже ощутимый результат социальной политики государства для семей с детьми.

*Второй вариант.* Семья имеет 3-х детей, не достигших 18-летнего возраста. В семье оба родителя работающие, чьи доходы соответствуют средней заработной плате и превышают порог в 280 тыс. руб. По данным ФСГС в 2014 г., среднемесячная заработная плата составляла 32 495 рублей [5]. При таких доходах родители имеют право на применение стандартного налогового вычета в течение 8 месяцев. Величина налоговой экономии семьи данной семьи отражена в таблице 2.

Таблица 2. Расчет экономии для семьи со средней заработной платой

| <b>Расчет месячной экономии от стандартного вычета на детей для двух родителей.</b>           |                                    |                                   |   |   |                    |
|---|------------------------------------|-----------------------------------|---|---|--------------------|
| Заработная плата обоих родителей без учета вычета   | Вычет на детей для обоих родителей | Заработная плата, с учетом вычета | Налог с заработной платы без учета вычета | Налог с заработной платы, с учетом вычета | Налоговая экономия |
| 64 990 руб.   | 11 600 руб.                        | 53 390 руб.                       | 8 448, 7 руб.                             | 6 940, 7 руб.                             | 1 508 руб.         |
| <b>Расчет годовой экономии от стандартного вычета на детей для двух родителей (8 месяцев)</b> |                                    |                                   |   |   |                    |
| 779 880 руб.  | 92 800 руб.                        | 687 080 руб.                      | 101 384, 4 руб.                           | 89 320, 4 руб.                            | 12 064 руб.        |

Удельный вес налоговой экономии в годовом в бюджете данной семьи составит всего лишь 1,5 % (12 064 руб.: 779 880 руб.). Это почти в два раза ниже, чем в семье с более низким достатком (пример таблицы 1). Таким образом, чем ниже доход семьи, тем значимее налоговая экономия от применения стандартных налоговых вычетов на детей налогоплательщика.

В этой связи встает вопрос о целесообразности предоставления стандартного налогового вычета для семей, в которых заработная плата родителей существенно превышает среднюю величину. Например, у обоих родителей месячная зарплата составляет по 100 000 рублей. Они смогут воспользоваться налоговым вычетом в течение двух месяцев. Налоговая экономия за год составит на трех детей 23 200 рублей. Удельный вес налоговой экономии в годовом семейном бюджете будет равен 0,97 %.

Простота применения стандартного налогового вычета на детей ведет к тому, что этим вычетом пользуются все родители, в т. ч. и те, чьи доходы намного выше среднего уровня. Таким образом, снижается социальный эффект стандартных налоговых вычетов на детей налогоплательщиков.

В целях усиления адресности социальной политики государства и повышения эффективности налоговых льгот можно предложить применение стандартных налоговых вычетов на детей налогоплательщиков только для тех налогоплательщиков, чей месячный доход не превышает среднемесячной заработной платы в регионе.

### *Литература*

1. Федеральный закон от 29.12.2004 N 203-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_50982/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_50982/) (дата обращения: 15.02.2016).
2. Федеральный закон от 23.11.2015 N 317-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_189227/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_189227/) (дата обращения: 15.02.2016).
3. Отчет о налоговой базе и структуре начислений по налогу на доходы физических лиц за 2013 год, удерживаемому налоговыми агентами. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.nalog.ru/rn78/related\\_activities/statistics\\_and\\_analytics/forms/](https://www.nalog.ru/rn78/related_activities/statistics_and_analytics/forms/) (дата обращения: 15.02.2016).
4. Величина прожиточного минимума на ребенка в возрасте до 15 лет. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/motherhood/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/motherhood/#) (дата обращения: 15.02.2016).
5. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в целом по экономике Российской Федерации в 1991-2015 гг. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/wages/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/) (дата обращения: 15.02.2016).

**The Semiotic Nature of Cryptocurrencies**  
**Starinin I. (Russian Federation)**  
**Семиотическая сущность криптовалюты**  
**Старинин И. С. (Российская Федерация)**

*Старинин Иван Сергеевич / Starinin Ivan - бакалавр,  
кафедра экономической социологии, факультет социальных наук,  
Национальный исследовательский университет  
Высшая школа экономики, г. Москва*

**Аннотация:** в статье рассматривается идея «практического материализма», предложенная Б. Маурером для понимания семиотической сущности криптовалюты.  
**Abstract:** the article considers the idea of «practical materialism», proposed by B. Maurer for an understanding the semiotic nature of cryptocurrencies.

**Ключевые слова:** криптовалюта, Биткойн, практический материализм, цифровой металллизм.

**Keywords:** cryptocurrency, bitcoin, practical materialism, digital metallism.

Криптовалюты возникли сравнительно недавно и, с одной стороны, с каждым годом завоевывают все большую популярность, а, с другой, у многих по-прежнему отношение к ним весьма настороженное. Одной из причин такой настороженности, по нашему мнению, является то, что феномен криптовалют еще не осмыслен: в обыденном сознании виртуальные деньги – это нечто эфемерное, не имеющее под собой какой-то материальной основы, а потому часто воспринимается людьми как какая-то мошенническая схема мирового масштаба.

Между тем, социальный, философский, лингвистический аспекты криптовалюты в настоящее время интересуют многих крупных ученых. Так известный американский антрополог и социолог Билл Маурер опубликовал работу, посвященную исследованию семиотики Биткойн<sup>1</sup>. Автор для описания семиотики криптовалюты предлагает специальный термин «практический материализм» (practical materialism), который, в свою очередь, является выражением «цифрового металллизма» (digital metallism) виртуальных денег. Для осознания семиотической сущности криптовалюты, по мнению ученого, необходимо учитывать как основополагающие принципы свободы личности и неприкосновенности частной жизни, так и само философское понятие сущности денег. Маурер полагает, что семиотическое содержание криптовалюты формируется из склонностей и ценностных установок Биткойн-приверженцев. Важно не то, как функционирует Биткойн в качестве денег, но то, что он обещает своим пользователям: анонимность, материальность, стабильность, надежность и, как ни странно, социальность. Действительно, способность криптовалюты исключить посредников, ограничивающих и контролирующих валютные операции пользователей, а вместо этого - стремление создать свободную сетевую вселенную, отражает социальную сущность виртуальных денег. Эту социальность криптовалюты Маурер называет социальностью доверия, и основой этого доверия является сам цифровой код. В современном обществе отсутствует консенсус касательно размеров необходимых налогов, нет полного доверия к правительствам, учреждениям и чиновникам. Криптовалюта позволяет заместить доверие к традиционным общественным институтам доверием к математическому алгоритму. При использовании виртуальных денег, основанных на криптографических процессах, нет необходимости доверять создателю Биткойн Сатоси Накамото или любому другому человеку или учреждению, достаточно верить криптографическому

---

<sup>1</sup> Maurer B., Nelms T., Swartz L. "When perhaps the real problem is money itself": the practical materiality of Bitcoin. Social Semiotics, Routledge, 2013.

коду, транзакции при этом становятся простыми и безопасными. Итак, доверие к криптовалюте является одной из сторон практического материализма, о котором пишет автор. При валютных операциях важнейшей задачей является необходимость решения проблемы «двойных расходов», то есть каждая транзакция должна быть уникальной. При наличном обращении все просто – деньги передаются непосредственно от покупателя продавцу и одними и теми же купюрами невозможно оплатить две различные сделки. При осуществлении электронных транзакций одну и ту же денежную единицу можно переводить больше одного раза. Чтобы это не случилось, независимый посредник должен дать разрешение на конкретную валютную операцию. В случае с криптовалютой вмешательство медиатора не требуется, так как от двойных расходов защищает децентрализованная система контроля, в которой объединены вычислительные силы компьютеров сети Биткойн. Таким образом, осуществляется материализация анонимности при использовании криптовалюты, так как посредник, осуществляющий подтверждение транзакций, отсутствует. Электронные платежи, осуществляемые в традиционных валютах, могут быть заблокированы интернет-провайдером, если контролирующий посредник сочтет их подозрительными. В качестве примера Б. Маурер приводит блокировку провайдерами финансирования системы Wikileaks в 2010 году, после чего Биткойн вскоре стал предпочтительным механизмом пожертвования для Wikileaks. Криптоанархисты, либертарианцы и киберпанки надеются, что криптовалюта поможет построить экономику мечты, и деньги потекут через границы государств и континентов свободно, как биты в компьютерах. Чтобы ограничить возможность использования Биткойн в преступных операциях, С. Накамото предложил принцип «новой конфиденциальности»: анонимность каждой стороны достигается с помощью применения открытого ключа шифрования, сейчас этот метод широко используется в интернет-коммерции при платежах в традиционных валютах. Этот принцип сможет противодействовать отмыванию денег, но это означает также, что, используя сетевой анализ, возможно будет отследить пользователей. Легализация такого контроля должна быть предметом общественного договора между государством и держателями криптовалюты.

Еще одна яркая семиотическая особенность криптовалюты – так называемый «цифровой металл» – новые денежные единицы необходимо «добывать», используя компьютерные мощности, возможное количество Биткойн-единиц принципиально ограничено, что делает виртуальные деньги похожими на золото. В связи с этим будет уместно вспомнить о дискуссии по поводу природы денег, которая разгорелась в восемнадцатом веке в Англии: одни ученые тогда утверждали, что стоимость денег определяется ценностью материала, из которого они сделаны (Nicholas Barbon), тогда как другие (John Locke) считали, что эта стоимость зависит от согласия людей считать мерилем драгоценные металлы. Этот спор не утихал на протяжении всей истории изучения денег и стал вновь актуальным сейчас. Тему этой дискуссии в наше время можно сформулировать так: является ли криптовалюта новым выражением золотого стандарта. Характеристики Биткойн таковы, что, связанная с эмиссией денег искусственная инфляция, невозможна для криптовалюты. Именно поэтому процесс создания новых криптовалютных единиц называется не «чеканкой» (minting), а «добычей» (mining).

Еще одной составляющей «практического материализма» криптовалюты является необходимость использования существенных объемов энергоресурсов и компьютерных мощностей при майнинге, причем с каждой новой добытой единицей криптовалюты возрастает потребность постоянно увеличивать эти мощности. В настоящее время компьютерные системы для добычи виртуальных денег представляют из себя крупные сооружения, которые потребляют значительный объем электроэнергии.

Существует также мнение некоторых специалистов, что лучший способ осознать ценность Биткойн (а, следовательно, и его практическую материальность) - это рассматривать его не только в качестве средства обмена, но и как инвестиционное

средство (в том числе, спекулятивное), как составляющую инвестиционного портфеля, наряду с традиционной валютой, ценными бумагами и подобными товарами.

Предложенная Б. Маурером идея «практического материализма» Биткойн представляется нам весьма интересной. Она дает возможность рассматривать криптовалюту не как нечто абстрактно-нематериальное, а позволяет взглянуть на нее как на привычные для общества традиционные деньги.

### *Литература*

1. *Maurer B., Nelms T., Swartz L.* «When perhaps the real problem is money itself!», the practical materiality of Bitcoin. *Social Semiotics*, Routledge, 2013.
2. *Maurer B.* Money Nutters. // *Economic Sociology. The European Electronic Newsletter*, 2011. v. 12, no. 3, p. 5 – 12.

## Classification of receivables on purpose of management of her Seryk O. (Russian Federation)

### Классификация дебиторской задолженности с целью управления ею

Сепык О. Я. (Российская Федерация)

*Сепык Ольга Ярославовна / Seryk Olga - магистрант,  
кафедра экономической безопасности, учета, анализа и аудита,  
Тюменский государственный университет, г. Тюмень*

**Аннотация:** классификация дебиторской задолженности, влияющая на финансовый результат предприятия. Классификационные признаки являются основой для управления задолженностью.

**Abstract:** classification debit the debt influencing financial result of the enterprise. Classification signs are a basis for management of debit.

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, краткосрочная задолженность, долгосрочная задолженность, нормальная дебиторская задолженность, просроченная дебиторская задолженность.

**Keywords:** receivables, short-term debt, long-term debit, normal receivables, overdue receivables.

В финансово-хозяйственной деятельности любого предприятия осуществляются расчеты с внешними и внутренними контрагентами, часть из которых дебиторы: покупатели готовой продукции, заказчики работ и услуг, поставщики, получившие авансы, налоговые органы, в случае переплаты налогов, учредители по взносам в уставный капитал, работники организации, являющиеся подотчетными лицами, и т.д. Задолженность, которую должны организации - дебиторы, называют дебиторской задолженностью.

Поскольку дебиторская задолженность является неотъемлемой частью любой организации, и ее величина влияет на финансовую устойчивость компании, контролю и управлению дебиторской задолженностью необходимо уделять достаточно внимания. Первым шагом к управлению дебиторской задолженностью является ее обоснованная классификация.

Существует много различных вариантов классификации дебиторской задолженности. Во-первых, «временный» классификационный признак – в зависимости от сроков (времени) погашения суммы долга:

- краткосрочная задолженность – выплата долга будет происходить менее 12 месяцев;
- долгосрочная задолженность – выплачивается после истечения 12 месяцев [4].

При этом срочность оплаты долга (до или после срока, указанного в договоре) позволяет условно подразделить дебиторскую задолженность на нормальную и просроченную. Нормальная дебиторская задолженность – это сумма долга за товары или услуги (работы), которые были поставлены или выполнены, но срок оплаты по ним еще не наступил. Просроченная же дебиторская задолженность – это сумма долга, не погашенная в установленный срок.

В свою очередь, просроченная дебиторская задолженность подразделяется на сомнительную и безнадежную задолженность в соответствии с НК РФ. Согласно пункту 1 статьи 266 НК РФ, «сомнительным долгом признается любая задолженность перед налогоплательщиком, возникшая в связи с реализацией товаров, выполнением работ, оказанием услуг, в случае, если эта задолженность не погашена в сроки, установленные договором, и не обеспечена залогом, поручительством, банковской

гарантией». По истечении срока исковой давности (3 года) сомнительная дебиторская задолженность переходит в категорию безнадежной задолженности, то есть в группу не реальной к взысканию. В соответствии с пунктом 2 статьи 266 НК РФ, «безнадежными долгами (долгами, нереальными к взысканию) признаются те долги перед налогоплательщиком, по которым истек установленный срок исковой давности, а также те долги, по которым в соответствии с гражданским законодательством обязательство прекращено вследствие невозможности его исполнения, на основании акта государственного органа или ликвидации организации» [1].

На основе знаний о видах задолженности в зависимости от сроков (времени) погашение суммы долго организация может планировать денежные потоки, и требовать в досудебном или судебном порядке возврат просроченных сумм.

Во-вторых, выделяют «объектный» (в зависимости от объекта возникновения задолженности) классификационный признак, по которому дебиторская задолженность делится на задолженность:

- за товары, услуги, работы (включая не оплаченные в установленные договором сроки);
- по полученным векселям;
- по расчетам с бюджетом (включая ввозной НДС, который уплачивается на таможене);
- по расчетам с персоналом (материально ответственные и подотчетные лица);
- прочая дебиторская задолженность (например, долги филиалов, дочерних фирм, зависимых компаний, долги по взносам в уставной капитал) [3].

Информация о видах задолженности по объектам позволяет юридически верно организовывать расчеты с дебиторами и осуществлять детализацию задолженности по счетам и субсчетам бухгалтерского учета.

Третьим классификационным признаком называют деление дебиторской задолженности в зависимости от принадлежности участников расчетов к одной организации на внешнюю (задолженность контрагентов, а именно: покупателей, заказчиков, заемщиков, поставщиков и подрядчиков) и внутреннюю (задолженность работников организации: подотчетных лиц, работников, взявших займы у организации, материально-ответственных лиц по возмещению ущерба, учредителей по взносам в уставный капитал). Подразделение дебиторской задолженности на внешнюю и внутреннюю многие специалисты считают самой главной классификацией.

Величина внешней и внутренней дебиторской задолженности определяется многими факторами, их также можно подразделить на внешние и внутренние.

Внешние факторы – это факторы макроэкономического уровня, влияющие на организацию, но организация, в свою очередь, не может повлиять на них. К данным факторам относят:

- состояние экономики в стране (при спаде производства увеличивается размеры дебиторской задолженности);
- состояние расчетов в стране (кризис неплатежей приводит к росту дебиторской задолженности);
- эффективность денежно-кредитной политики Центрального банка РФ (ограничение эмиссии негативно влияет, так как затрудняет расчеты между фирмами);
- уровень инфляции (при высокой инфляции ни одна фирма не желает погашать свои долги, так как сумма долга будет меньше при поздней оплате своему поставщику);
- сезонность выпуска продукции (если данная продукция является сезонной, то дебиторская задолженность будет возрастать);
- емкость рынка и степень его насыщенности (если рынок мал и насыщен данным видом продукции, то возникают трудности с реализацией продукции) [2].

Внутренние факторы – это факторы, которые формирует сама организация:

- формирование кредитной политики организации. Неправильное составление внутренней кредитной политики приводит к увеличению дебиторской задолженности. Основными ошибками такого составления могут быть: неверное установление сроков

и условий предоставления кредитов, не предоставление скидки при досрочной оплате счетов, неверное установление критериев кредитоспособности, ошибки в определении платежеспособности клиентов и др.;

- виды расчетов, используемые предприятиями (использование вида расчетов, гарантирующих платеж, приведет к сокращению размеров дебиторской задолженности);

- осуществление контроля за дебиторской задолженностью (компания ежемесячно должна отслеживать своих задолжников) и другие факторы [5].

Информация о размерах внутренней и внешней задолженности помогает компании отслеживать суммы погашения обязательств, вырабатывать пути влияния на возврат задолженности, управлять удельным весом каждого вида задолженности в зависимости от финансового состояния.

Таким образом, управление дебиторской задолженностью основывается на классификационных признаках, которые помогают детализировать по счетам бухгалтерского учета и анализировать задолженность, чтобы расширять объемы реализации продукции и обеспечивать своевременный возврат денежных средств.

### *Литература*

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ (в ред. От 26.04.2016г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28165/85f4b05570b918c09d4855cc6175021e9065c993/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/85f4b05570b918c09d4855cc6175021e9065c993/) (дата обращения: 01.05.2016).
2. Внутренние и внешние факторы конкурентоспособности предприятия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://cribs.me/ekonomika-predpriyatiya/vnutrennie-i-vneshnie-factory-konkurentosposobnosti-predpriyatiya\\_](http://cribs.me/ekonomika-predpriyatiya/vnutrennie-i-vneshnie-factory-konkurentosposobnosti-predpriyatiya_) (дата обращения: 02.05.2016).
3. Дебиторская задолженность. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://utmagazine.ru/posts/8526-debitorskaya-zadolzhennost>. (дата обращения: 02.05.2016).
4. Дебиторская задолженность. Понятие, виды и общие правила списания. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.audit-it.ru/articles/account/buhaccounting/a6/43912.html>. (дата обращения: 01.05.2016).
5. Управление дебиторской задолженностью на предприятии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/Buhgalteru/Upravlenie-debitorskoizadolzhennostyu-na-predpriyatii.php>. (дата обращения: 03.05.2016).

---

## **Analysis of the formation and efficiency of working capital in LLC “Krumb-Service”**

**Nemtseva I. (Russian Federation)**

## **Анализ формирования и эффективности использования оборотных средств в ООО «Крумб-Сервис»**

**Немцева И. А. (Российская Федерация)**

*Немцева Ирина Александровна / Nemtseva Irina – магистрант,  
Государственный университет им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород*

**Аннотация:** *в условиях рыночных отношений оборотные средства приобретают особо важное значение. Ведь они представляют собой часть производительного капитала, которая переносит свою стоимость на вновь созданный продукт полностью и возвращается к предпринимателю в денежной форме в конце каждого кругооборота капитала. Изложенные обстоятельства предопределили*

актуальность и выбор темы исследования. В статье рассматриваются отчетные данные в динамике за 2013г. – 2015г., влияние факторов на эффективность использования оборотного капитала на примере ООО «Крумб-Сервис». Автор рассматривает структуру оборотных средств и эффективность их использования на предприятии, дает оценку оборачиваемости оборотных активов и находит суммы недополученной выручки, за счет снижения оборачиваемости активов, делает соответствующие выводы на основе рассмотренных бухгалтерских данных и предлагает пути управления оборотными средствами.

**Abstract:** *in conditions of market relations revolving funds become particularly important. They are part of the production capital that carries its value to the newly created product completely and returns to the owner in cash at the end of each capital circulation. The described circumstances predetermined the relevance and choice of the research topic. This article discusses the report data in their dynamics in 2013-2015, the influence of factors on efficiency of use of working capital on the example of the LLC "Krumb-Service". The author examines the structure of current assets and the efficiency of their use in the enterprise, evaluates the assets turnover and finds the amount of lost revenue due to decrease of the assets turnover, makes appropriate conclusions based on the examined accounting data and suggests ways of current assets management.*

**Ключевые слова:** *оборотные средства, ООО «Крумб-Сервис», оборотные активы, запасы, дебиторская задолженность, денежные средства, оборачиваемость, период оборота, программа «точно в срок», деловая активность предприятия.*

**Keywords:** *working capital, LLC "Krumb-Service", current assets, inventories, receivables, monetary assets, turnover, turnover period, program "just in time", the business activity of the enterprise.*

Важным фактором повышения экономической эффективности предприятия является усовершенствование процесса управления оборотными активами предприятия. В современных рыночных отношениях особую значимость занимают оборотные средства. В сложившейся экономической нестабильности и изменчивости рыночной инфраструктуры одним из главных вопросов, возникающих перед компанией, является управление оборотными средствами, потому что именно в этом кроются многие причины успехов и неудач стабильного финансового состояния компании [1].

Актуальность рассмотрения данной темы обусловлена тем, что в настоящий момент предприятия вынуждены уделять большое внимание рациональному использованию оборотного капитала в условиях их хронического дефицита, что является одним из приоритетных задач максимизации прибыли предприятия.

Поэтому представляет практический интерес изучение состояния и структуры оборотных средств и эффективность их использования на конкретном объекте наблюдения, которым является автосалон ООО «Крумб-Сервис». Методы и инструменты управления оборотными средствами предприятия являются предметом исследования.

Целью исследования работы является анализ эффективности использования оборотного капитала и нахождение мероприятий по повышению эффективности управления оборотными средствами предприятия.

Для достижения главной цели необходимо решить задачи:

- рассмотреть структуру и оценить эффективность использования оборотных средств предприятия;
- предложить пути улучшения использования оборотного капитала на данном предприятии.

В работе были использованы экономико-статистические методы: сравнительного и факторного анализа.

Сумма оборотных средств ООО «Крумб-Сервис» за 3 года выросла на 38 22 тыс. руб. или 40,03 %. Положительной динамике способствовал значительный

рост объемов запасов на сумму 27 947 тыс. руб., или 104,56 %, и дебиторской задолженности на 9 469 тыс. руб., или 14,18 %. За исследуемый период сумма, авансированная в денежные средства, также выросла на 1 006 тыс. руб. или 40,66 %. По состоянию на 31.12.2012 наибольшую долю в оборотных активах занимают дебиторская задолженность (69,57 %) и запасы (27,85 %). За 3 года благодаря наращиванию остатков запасов материалов на складах, их доля в оборотных активах увеличилась до 40,68 %. При этом доля остатков дебиторской задолженности в оборотных активах снизилась до 56,73 % (Таблица 1).

Таблица 1. Структура оборотных активов ООО «Крумб-Сервис» в 2012 - 2015 гг.

| Показатель                | 31.12.2012 |       | 31.12.2013 |       | 31.12.2014 |       | 31.12.2015 |       | изменение |        |
|---------------------------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|-----------|--------|
|                           | тыс. руб.  | %     | тыс. руб. | %      |
| Запасы                    | 26 728     | 27,85 | 29 380     | 27,74 | 50 353     | 31,84 | 54 675     | 40,68 | 27 947    | 104,56 |
| Дебиторская задолженность | 66 773     | 69,57 | 68 148     | 64,34 | 96 927     | 61,28 | 76 242     | 56,73 | 9 469     | 14,18  |
| Денежные средства         | 2 474      | 2,58  | 8 390      | 7,92  | 10 882     | 6,88  | 3 480      | 2,59  | 1 006     | 40,66  |
| ИТОГО оборотные активы    | 95 975     | 100   | 105 918    | 100   | 158 162    | 100   | 134 397    | 100   | 38 422    | 40,03  |

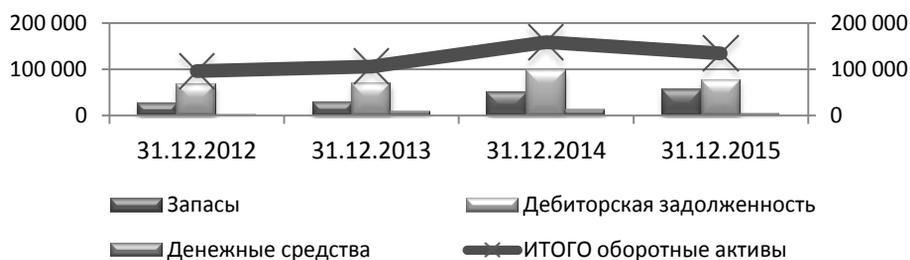


Рис. 1. Динамика оборотных активов ООО «Крумб-Сервис»

Также следует отметить, что доля оборотных средств в совокупных активах ООО «Крумб-Сервис» за период 2012-2015 увеличилась (Рисунок 1).

Таблица 2. Эффективность использования оборотных активов в организации

| Период  | Оборачиваемость оборотных активов  | Сроки заморозки средств в запасах        |
|---------|--|--|
| 2013 г. | $KO_{OA} = \frac{681117}{\left(\frac{96355 + 106050}{2}\right)} = 6,73$  | $ПИ_{OA} = \frac{365}{6,73} = 54,2$ дней |
| 2014 г. | $KO_{OA} = \frac{641049}{\left(\frac{106050 + 158164}{2}\right)} = 4,85$ | $ПИ_{OA} = \frac{365}{4,85} = 75,3$ дней |
| 2015 г. | $KO_{OA} = \frac{671217}{\left(\frac{158164 + 134449}{2}\right)} = 4,59$ | $ПИ_{OA} = \frac{365}{4,59} = 79,5$ дней |

Показатель оборачиваемости оборотных активов отражает сколько раз за отчетный период средства, вложенные в оборотные активы, инкасируются в виде выручки.

Замедление показателя с 6,73 в 2013 году до 4,59 в 2014 году – негативный признак снижения деловой активности ООО «Крумб-Сервис» (Таблица 2 и Рисунок 2).

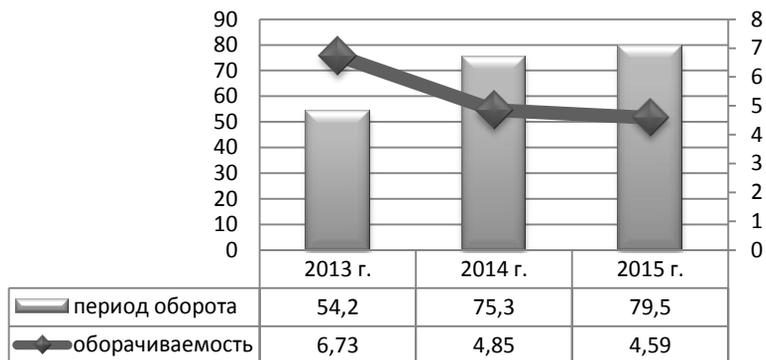


Рис. 2. Динамика оборачиваемости оборотных активов ООО «Крумб-Сервис» в 2013-2015 гг.

Период оборота оборотных активов свидетельствует о значительном замедлении оборачиваемости. Так, если в 2013 году средства, вложенные в оборотные активы, приносили предприятию выручку в среднем раз в 54,2 дня, то к 2015 году этот показатель вырос до 79,5 дня.

Таблица 3. Объем ежедневной выручки и убыток от снижения оборачиваемости оборотных активов ООО «Крумб-Сервис» за анализируемые периоды

| Период | Объем ежедневной выручки                   | Убыток от снижения оборачиваемости оборотных активов |
|--------|--|--|
| 2013г. | $V_d = 681117 / 365 = 1866,07$<br>тыс.руб. | $Y = 54,2 * 1866,07 = 101\ 140,99$ тыс. руб.         |
| 2014г. | $V_d = 641049 / 365 = 1756,30$<br>тыс.руб. | $Y = 75,3 * 1756,30 = 132\ 249,39$ тыс. руб.         |
| 2015г. | $V_d = 671217 / 365 = 1838,95$<br>тыс.руб. | $Y = 79,5 * 1838,95 = 146\ 196,53$ тыс. руб.         |

Таким образом, если в 2013 году ООО «Крумб-Сервис» из-за заморозки денежных средств в оборотных активах теряло 101 140,99 тыс. рублей недополученной выручки, то к 2015 году этот показатель вырос до 146 198,53 тыс. руб. или почти в 1,5 раза.

Для выяснения причин столь сильного снижения уровня деловой активности ООО «Крумб-Сервис» проведем факторный анализ показателя оборачиваемости оборотных активов. Факторная модель имеет вид [2] :

$$KO_{OA} = \frac{B}{OA} = \frac{B}{\overline{ДС} + \overline{ДЗ} + \overline{МЗП} + \overline{Пр}}$$

Данные для факторного анализа представлены в таблице:

Таблица 4. Данные для факторного анализа изменения оборачиваемости оборотных активов

| Показатели                     |     | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Изменение |
|--------------------------------|-----|---------|---------|---------|-----------|
| Выручка                        | B   | 681117  | 641049  | 671217  | - 9900    |
| Запасы                         | МЗП | 29380   | 50353   | 54675   | + 25295   |
| Дебиторская задолженность      | ДЗ  | 68148   | 96927   | 76242   | + 8094    |
| Величина денежных средств      | ДС  | 2872    | 3483    | 3480    | + 608     |
| Объем прочих оборотных активов | Пр  | 5650    | 7401    | 52      | - 5598    |

Анализ проведем методом цепных подстановок

$$2013 \text{ г. } KO_{OA} = \frac{B_{2013}}{ДС_{2013} + ДЗ_{2013} + МЗП_{2013} + Пр_{2013}} = \frac{681117}{2872 + 68148 + 29380 + 5650} = 6,42$$

Усл.1:

$$KO_{OA}^B = \frac{B_{2015}}{ДС_{2013} + ДЗ_{2013} + МЗП_{2013} + Пр_{2013}} = \frac{671217}{2872 + 68148 + 29380 + 5650} = 6,33$$

Влияние на оборачиваемость снижения выручки на 9900 тыс. руб. составило

$$\Delta K_{OA} = 6,33 - 6,42 = -0,12$$

Усл.2:

$$KO_{OA}^{DC} = \frac{B_{2015}}{ДС_{2015} + ДЗ_{2013} + МЗП_{2013} + Пр_{2013}} = \frac{671217}{3480 + 68148 + 29380 + 5650} = 6,29$$

Влияние на оборачиваемость роста остатков на расчетных счетах на 608 тыс. руб. составило

$$\Delta K_{OA} = 6,29 - 6,33 = -0,04$$

Усл.3:

$$KO_{OA}^{DB} = \frac{B_{2015}}{ДС_{2015} + ДЗ_{2015} + МЗП_{2013} + Пр_{2013}} = \frac{671217}{3480 + 76242 + 29380 + 5650} = 5,85$$

Влияние на оборачиваемость роста остатков в расчетах с дебиторами на 8094 тыс. руб. составило

$$\Delta K_{OA} = 5,85 - 6,29 = -0,44$$

Усл.4:

$$KO_{OA}^{MZP} = \frac{B_{2015}}{ДС_{2015} + ДЗ_{2015} + МЗП_{2015} + Пр_{2013}} = \frac{671217}{3480 + 76242 + 54675 + 5650} = 4,79$$

Влияние на оборачиваемость роста запасов на 25295 тыс. руб. составило

$$\Delta K_{OA} = 4,79 - 5,85 = -1,06$$

$$2015 \text{ г.: } KO_{OA}^{Pr} = \frac{B_{2015}}{ДС_{2015} + ДЗ_{2015} + МЗП_{2015} + Пр_{2015}} = \frac{671217}{3480 + 76242 + 54675 + 52} = 4,99$$

Влияние на оборачиваемость снижения прочих оборотных активов на 5598 руб. составило  $\Delta K_{OA} = 4,99 - 4,79 = 0,20$

Таким образом, наибольшее влияние на замедление оборачиваемости оборотных активов и, как следствие, – снижение деловой активности оказал рост запасов.

ООО «Крумб-Сервис» планомерно наращивало остатки на складах с 26728 тыс. руб. в 2013 году до 54 675 тыс. руб. в 2015 году. Из-за этого уровень оборачиваемости запасов резко снизился в период 2013-2015 г.г. (Рисунок 3).

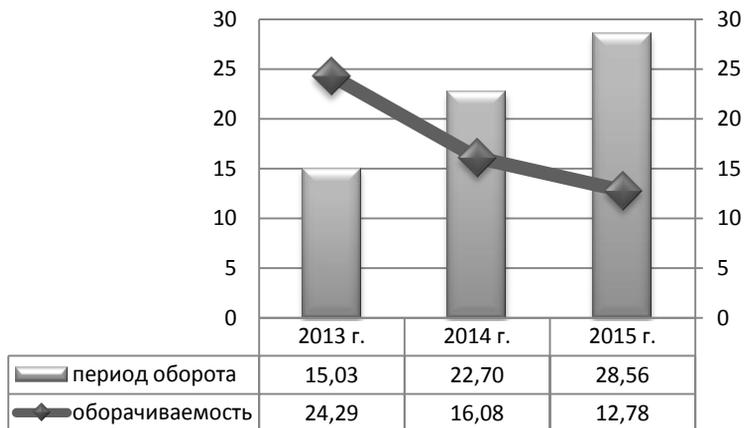


Рис. 3. Динамика оборачиваемости запасов ООО «Крумб-Сервис» в 2013-2015 гг.

В целях снижения запасов ООО «Крумб-Сервис» имеет смысл внедрить программу «точно в срок». Система основывается на закупке продукции небольшими партиями и отказе от поставки продукции крупными партиями. На предприятии практически отсутствуют запасы материально-производственных запасов, снабжение структурных подразделений производится «под заказ», то есть по мере поступления заказа на производство продукции. Цель данной системы - снижение лишних затрат в структуре себестоимости, снижение затрат на содержание, хранение и перевозку, эффективное использование производственных мощностей организации [3].

Прежде всего, для реализации подобной системы на ООО «Крумб-Сервис» необходимо разработать методическое обеспечение и закупить программное обеспечение, в частности CRM-систему учета и движения заказов и запасов.

### Литература

1. *Бланк И. А.* Финансовый менеджмент: Учебный курс. М.: Ника-Центр, 2004. 171 с.
2. *Безбородова Т. И.* Анализ финансовой отчетности: Курс лекций. Пенза: Филиал Всероссийского заочного финансово-экономического института, 2008. 307 с.
3. *Платонова Н.* к.э.н. Ведущий консультант ЗАО «БДО Юникон» / Финансовая газета, 2005. № 41 - 42.

## Russia's transition to the international auditing standards

Агаев И. (Russian Federation)

## Переход России на международные стандарты аудита

Агаев Я. Б. (Российская Федерация)

*Агаев Яшар Бахруз оглы / Agaev Iashar – студент, бакалавр экономики, кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, Бюджетное учреждение высшего образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры Сургутский государственный университет, г. Сургут*

**Аннотация:** в статье описывается история становления федеральных стандартов аудита в России. Так же описываются планы Минфина России по переходу на международные стандарты.

**Abstract:** *the article describes the history of the formation of the federal standards of audit in Russia. Also describes the Russian Ministry of Finance plans for the transition to International Standards on Auditing.*

**Ключевые слова:** *аудит, международные стандарты аудита, российские стандарты аудита.*

**Keywords:** *auditing, International Standards on Auditing, Russian Auditing Standards.*

Стандарты – общепризнанный механизм государственного и негосударственного регулирования аудиторской деятельности. Российские стандарты аудиторской деятельности были разработаны на основе международных стандартов, однако, ввиду исторической специфики развития, они имеют различия.

В условиях глобализации, когда экономики государств так тесно взаимодействуют друг с другом, рынок аудиторских услуг приобретает всё большую важность. Поэтому сопоставление российских и международных стандартов обусловлено интеграцией стандартов аудиторской деятельности и отчетности. Это способствует прозрачности финансовой деятельности российских экономических субъектов, функционирующих на мировых рынках, привлечению инвесторов, а также усилению позиции российских аудиторов в конкурентной борьбе на мировой арене [1].

История аудита в нашей стране началась в конце 80-х, которая обусловлена переходом на рыночные методы ведения хозяйства, а также с введением закона «О корпорациях в СССР», следствием которого в стране во всех сферах экономики появилось большое количество предприятий, основанных не на государственной собственности. Возникла необходимость в организации, которая осуществляла бы аудиторские и консалтинговые услуги. Решением данной задачи стало создание первой аудиторской фирмы АО «Инаудит» Постановлением Совета Минфина СССР «О создании советской аудиторской организации» от 8 сентября 1987 года.

С 1990 года начался процесс экономических преобразований и развитие предпринимательской деятельности во всех сферах экономики. Следствие стало появление на рынке аудиторских организаций, в том числе представителей «большой шестерки». Так, одной из первых аудиторских компаний, проникнувших в Россию, стала «Эрнст энд Янг». На тот момент, «большая шестерка» успела обосноваться на российском рынке до того, как в 1993 году президентом России был издан указ о введения временных правил аудиторской деятельности в России. «Временные правила» предусматривали процедуру аттестации аудиторов, а также лицензирование компаний на право осуществления аудиторской деятельности.

Позднее в 2001 году правила трансформировались в Федеральный закон № 119-ФЗ «Об аудиторской деятельности», который определил правовые основы. В нем были даны понятия аудиторской деятельности, аудиторской организации, аудиторского заключения, определены требования к аудиторам и их права и обязанности, также аудируемых лиц, введено понятие обязательного аудита и стандартов аудиторской деятельности.

Революционное движение по восходящей произошло в 2008 году, когда был принят новый Федеральный закон № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», который отменил лицензирование. Закон касался перехода отечественного аудиторского рынка на саморегулирование. Согласно плану министерства финансов России, следующим шагом должен быть переход на международные стандарты аудиторской деятельности.

Принятие международных стандартов очень важный шаг для российского рынка. МСА будет способствовать соблюдению общественных интересов и повышению доверия к аудиту.

Чтобы упорядочить работу по разработке международных стандартов, в 1977 году была основана Международная федерация бухгалтеров (МФБ). МФБ на мировом уровне координирует деятельности профессиональных организаций в области учета, финансовой отчетности и аудита, и на данный момент МФБ насчитывает 175 членов из 130 стран [2].

Россию представляет Институт профессиональных бухгалтеров и аудиторов России и Российская Коллегия Аудиторов [3].

11 декабря 2013 г. Национальная организация по стандартам финансового учета и отчетности (НСФО) и Международная федерация бухгалтеров подписали соглашение об официальном переводе МСА на русский язык. Это важный шаг, так как международные стандарты составлены на английском языке, и для интеграции их в России необходим перевод. Это уже не адаптация под локальные нужды, а фундамент принятия.

Хотя федеральные стандарты были основаны на МСА, существует ряд различий. Международные стандарты представляют собой взаимосвязанную систему, в которой МСА являются только частью. Эта система регулярно претерпевает изменения, для достижения большего качества и эффективности. С другой стороны отечественные стандарты, которые принимаются по мере их разработки на основе того или иного отдельного МСА.

Согласно с законодательством международные стандарты аудита должны быть признаны Россией к июлю 2017 года, таким образом, МСА станут обязательными с 1 января 2018 года. Внедрение МСА на данном этапе создает неоднозначную ситуацию. С одной стороны, нет необходимости четко следовать положению международных стандартов аудита, при этом национальные стандарты аудита остаются обязательными. С другой стороны, ситуация на рынке такова, что аудиторские организации, которые не могут осуществлять свою деятельность в соответствии с МСА, лишаются возможности участия в конкурентной борьбе за потребителей аудиторских услуг [4].

### *Литература*

1. *Безрукова Т. Л., Степанова Ю. Н., Шанин И. И., Чеснокова А. В.* Основные проблемы внедрения и различия международных стандартов аудита в российской практике. [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «Киберленинка». URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-problemy-vnedreniya-i-razlichiya-mezhdunarodnyh-standartov-audita-v-rossiyskoy-praktike>. (дата обращения: 18.05.2016).
2. Membership. [Электронный ресурс]: About the International Federation of Accountants. URL: <http://www.ifac.org/about-ifac/membership>. (дата обращения: 18.05.2016).
3. *Гедгафова И. Ю., Блиева Л. В., Борукаев А. З., Эфендиева Г. А.* Проблемы перехода в России на международные стандарты аудита. [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «Киберленинка». URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-perehoda-v-rossii-na-mezhdunarodnye-standarty-audita>. (дата обращения: 18.05.2016).
4. *Турищева Т. Б.* Внедрение международных стандартов аудита в России. [Электронный ресурс]: GAAP.ru. URL: [http://www.gaap.ru/articles/Vnedrenie\\_mezhdunarodnykh\\_standartov\\_audita\\_v\\_Rossii/](http://www.gaap.ru/articles/Vnedrenie_mezhdunarodnykh_standartov_audita_v_Rossii/) (дата обращения: 18.05.2016).

## World practice in bankruptcy procedure for individuals Buyansky S.<sup>1</sup>, Demidova M.<sup>2</sup>, Levakova D.<sup>3</sup> (Russian Federation)

### Мировая практика применения процедуры банкротства физических лиц

### Буянский С. Г.<sup>1</sup>, Демидова М. А.<sup>2</sup>, Левакова Д. А.<sup>3</sup> (Российская Федерация)

<sup>1</sup>Буянский Станислав Геннадьевич / Buyansky Stanislav – кандидат юридических наук,  
доцент, заместитель заведующего кафедрой,

кафедра анализа рисков и экономической безопасности;

<sup>2</sup>Демидова Мария Александровна / Demidova Maria – студент;

<sup>3</sup>Левакова Дарья Андреевна / Levakova Daria – студент,

факультет анализа рисков и экономической безопасности,

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

**Аннотация:** целью нашей работы является рассмотрение новых правил процедуры банкротства в России, сравнение российского законодательства с мировой практикой на примере развитых стран и, на основе выявленных плюсов и минусов, предложение вариантов по дальнейшему внедрению иностранного опыта в отечественную практику.

**Abstract:** the main purposes of this article are to explore new regulations for bankruptcy procedure in Russia, to compare Russian legislation to the practice in developed countries and to propose solutions to implement foreign experience through the identification of pros and cons.

**Ключевые слова:** процедура банкротства, реструктуризация долгов, «новый старт», конкурсная масса, срок погашения долга, ответственность, недобросовестные заемщики, предупреждение банкротства.

**Keywords:** bankruptcy procedure, debt restructuring, «fresh start», assets, debt repayment period, liability, unscrupulous borrowers, bankruptcy prevention.

Еще год назад банкротство физических лиц в Российской Федерации не было должным образом урегулировано, хотя законодательство о несостоятельности является, наверное, одним из самых динамично развивающихся в мире. С одной стороны, вносимые изменения продиктованы изменяющимися условиями экономики и призваны создать более эффективную и справедливую модель процедуры банкротства, с другой - они создают немало проблем в установлении стабильной судебной практики по ряду вопросов в этой области.

Данная тема актуальна из-за особенно тяжелой экономической ситуации в стране на данный момент, когда увеличилось число предпринимателей, не сумевших вынести убытков, и, соответственно, появилось больше недобросовестных должников, желающих «законно» избавиться от накопившихся обязательств, что повлекло за собой ускоренное принятие Федерального закона Российской Федерации № 476-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)». Основные положения процедуры:

1. Физическое лицо может быть признано банкротом, если сумма задолженности по обязательствам выше 500 тыс. рублей, а также в случае если данные обязательства не были погашены в течение 3-х месяцев с даты исполнения.

2. Также физическое лицо признается банкротом, если стоимость его имущества в три раза меньше суммы его долговых обязательств.

3. Подать заявление о признании гражданина банкротом может как сам должник, так и его кредиторы, а также уполномоченные органы.

4. В случае смерти должника его обязательства могут перейти его наследникам.

К заявлению о признании несостоятельности должен быть приложен план погашения долгов, дающий возможность реструктуризации долга. Если его нет, то при признании должника банкротом суд проводит процедуру реализации имущества и иных благ, не являющихся жизненно важными [1]. Продажа осуществляется финансовым управляющим, назначенным судом для анализа финансового положения должника, его имущества. После проведения расчетов с кредиторами, суд рассматривает отчет финансового управляющего, завершает процедуру банкротства в отношении гражданина [2].

Закон о несостоятельности граждан России важен для обеспечения экономической безопасности граждан и кредиторов во время кризиса в отечественной и в мировой экономике [5]. Однако создание подобного института может привести к росту количества недобросовестных заемщиков, если процедура не будет достаточно проработана. Основная проблема – балансирование интересов кредиторов, должников и общества в целом.

Физические лица не должны считать, что законодательство о потребительском банкротстве – это легкий способ избежания уплаты долгов. Но, с одной стороны, барьеры «ликвидации» не должны демотивировать должников, а с другой стороны, общество с пониманием должно относиться к должнику и допускать «новый старт».

Теперь рассмотрим процедуру банкротства в США, порядок проведения которой устанавливает «Кодекс о банкротстве». Основное, на что хотелось бы обратить внимание - в США существуют отдельные суды по делам о банкротстве и его юрисдикции и свод Правил о банкротстве, тогда как в России специальный орган по этому вопросу отсутствует.

В США в основном используют «ликвидацию», предусмотренную главой 7, или установленную главой 13 «реструктуризацию долгов физических лиц», имеющих стабильный доход [4]. Чаще всего в отношении должников применяют положения седьмой главы, которые освобождают от большей части необеспеченных долгов. Процедура банкротства в США своей целью имеет установление равных условий для кредиторов, что возможно только при полном раскрытии должником сведений об имеющемся имуществе, о финансовом состоянии, объеме и видах долговых обязательствах [3].

Европейские законодательные акты о неплатежеспособности дают преимущественные права кредиторам, позволяя удовлетворить большинство исков в их пользу, часто применяя строгие правила, но система социального обеспечения в некоторой степени сглаживает остроту проблемы чрезмерной задолженности. В последнее время европейское право стремится к обеспечению защиты должников, даже если удовлетворение требований кредиторов остается приоритетом процедуры банкротства.

В Испании должник может быть признан банкротом либо по собственному желанию (должник доказывает свою несостоятельность), либо по требованию кредиторов, тогда первый кредитор имеет преимущество перед остальными: он может получить до 25% от совокупного долга перед пулом кредиторов. Более того, эти средства он может получить еще до вынесения судебного решения [6].

Во Франции проводится политика недопущения банкротства. За составлением графика выплат кредиторам следует самостоятельная продажа имущества для выплаты долгов, и, если должник прилагает все возможные усилия к выплате долга, то по истечении 1 года остаток долга может быть списан. Если должник не желает продавать свое имущество, заключается соглашение с кредиторами и часть заработка должника автоматически направляется на выплаты кредиторам.

В Австралии процедура банкротства осуществляется специальным государственным органом — Australian Financial Security Authority (AFSA). В долгосрочной перспективе банкрот столкнется с ограничениями при получении кредитов, при пересечении границы и осуществлении предпринимательской

деятельности. Нарушение банкротом правил, предусмотренных законом о банкротстве, грозит тюремным заключением сроком до трех лет.

Интересно, что на территории Японии высшее руководящее звено компаний малого и среднего бизнеса зачастую является поручителем по корпоративному долгу. В случае недостаточности личных средств для оплаты долга компании менеджеры проходят процедуру персонального банкротства и лишаются личного имущества.

Проанализировав правовые основы регулирования процедуры банкротства в разных странах, мы пришли к выводу, что некоторые положения применимы в России.

1. Варьируемые сроки возврата долгов, указываемые в плане их реструктуризации. Конечно, жесткие временные рамки выгодны кредиторам, но возвращение крупных сумм долга за 3 года может быть невозможным и долговые обязательства физического лица только увеличатся.

2. Применение принципа «нового старта» к имуществу, т.е. составление списка имущества, которое не будет реализовано для закрытия долга. Целесообразно создать возможность подачи заявления об изъятии или замене имущества в конкурсной массе, а в случае его отсутствия применять положения закона.

3. Во многих развитых странах проблемой банкротства занимается специализированный орган, чего пока нет в России. Несомненно, создание и постоянное дополнение ФЗ уже большой шаг, но учреждение соответствующего института могло бы вывести регулирование проведения процедуры банкротства на новый уровень.

4. Важно разработать такие инструменты, как консультирование по долгу и реструктуризации, консультирование по планированию бюджета и управлению им после прохождения процедуры банкротства.

### *Литература*

1. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ (в ред. от 01.01.2016). [Электронный ресурс]: Консультант Плюс. URL: <http://www.consultant.ru/popular/gpkrf/> (дата обращения: 14.03.2016).
2. О внесении изменений в ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» и отдельные законодательные акты РФ в части регулирования реабилитационных процедур, применяемых в отношении гражданина-должника. Федеральный закон от 29.12.2014. № 476-ФЗ.
3. Буянский С. Г., Саломасова Е. Р. Оценка и прогноз развития экономической преступности в России // International scientific review, 2015. № 1 (2). С. 36-41.
4. The U.S. Code, Title 28 Judiciary and Judicial Procedure. [Электронный ресурс]: The U.S. Code. URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/28> (дата обращения: 15.03.2016). Буянский С. Г., Зотова Е. А. Международный опыт борьбы с экономической преступностью на примере США // Международное публичное и частное право, 2015. № 4. С. 31-34.
5. Правовой справочник. [Электронный ресурс]: Консультант Плюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 14.03.2016).

**Trade relations between Russian Federation and the European Union  
in the contest of European integration process  
Korostashevich A. (Russian Federation)**

**Торговые отношения между Российской Федерацией  
и Европейским союзом в контексте европейских  
интеграционных процессов  
Коросташевич А. Л. (Российская Федерация)**

*Коросташевич Алексей Леонидович / Korostashevich Alexey - студент,  
экономический факультет,  
Российский государственный социальный университет, г. Москва*

**Аннотация:** в настоящей статье рассмотрены торговые отношения России и ЕС в рамках интеграционных процессов. Автором выделена актуальность вопроса, которая связана с текущими экономическими санкциями и экономическим кризисом. Проведен анализ отдельных значений между экономическим кризисом 2009 года и текущей ситуацией. В статье сделаны выводы и осуществлена попытка прогнозирования ситуации в дальнейшем.

**Abstract:** the article discusses trade relations between Russia and the EU in the framework of integration processes. The author highlights the urgency of the matter, which is linked to current economic sanctions and the economic crisis. The analysis of individual values between the economic crisis of 2009 and the current situation. In the article the author made conclusions and attempted to predict the future development of the situation.

**Ключевые слова:** торговые отношения, Россия, Евросоюз, нефть, процесс интеграции, экономика.

**Keywords:** trade relations, Russian Federation, the European Union, oil, integration process, economics.

В настоящее время вопрос вокруг торговых отношений Российской Федерации и Европейского союза стоит достаточно остро. Во многом это связано с текущими экономическими санкциями Евросоюза, которые, по мнению некоторых исследователей данного вопроса, «перечеркнули» достигнутые прежде объемы торговли.

Одновременно с этим в мировой экономике наблюдаются две тенденции. - это усиление мирового хозяйства, что вызвано усилением (взаимопроникновением) экономических связей между государствами и либерализацией торговых отношений, а также сближением на уровне регионов. В результате последнего процесса образуются интеграционные структуры регионального уровня. Важно отметить, что формирование подобных экономических группировок является одним из признаков глобализации [1].

Роль процессов интеграции в мировой экономике существенна. Одним из примеров подобного механизма стал так называемый Европейский союз. По мнению автора настоящей статьи, актуальность исследования связана именно с ролью вышеназванного содружества или объединения государств во внешней торговле России на современном этапе в условиях экономических санкций и экономического кризиса.

Целью настоящего исследования будет являться рассмотрение торговых отношений между Россией и ЕС в контексте Европейских интеграционных процессов.

До недавнего времени ЕС считался стратегическим торговым партнером нашей страны, так как на его долю приходилось более 50 % объема внешней торговли. Одновременно, с этим ЕС являлось одним из ключевых источников высоких технологий, инвестиций и ноу-хау для Российской Федерации [3].

Сегодня однозначно можно констатировать отрицательную тенденцию. Согласно информации, опубликованной на официальном сайте Российского информационного агентства «Регионы России», по итогам 2015 года Швейцария заняла третье место среди торговых партнеров из числа 28 государств Евросоюза. При этом Российская Федерация спустилась на четвертое место [3].

Согласно данным приведенным статистическим агентством Евросоюза «Евростат», объемы двусторонней торговли между Россией и странами ЕС в 2015 году составили 209,6 млрд. евро, что соответствовало 6 % от всего внешнеторгового оборота Европейского союза. Если сравнивать данный показатель с 2014 годом, то он уменьшился на 26 % ( то есть с 284,6 млрд.евро в 2014 году до 209,6 млрд. евро). В данном аспекте следует упомянуть и о сравнительно весомом положительном сальдо в торговле, где российский экспорт составлял 135,7 млрд., а импорт на территорию нашей страны порядка 73,9 млрд. евро [5].

Ряд экспертов по-прежнему констатируют тот факт, что для России Союз Европейских государств остается ведущим из числа партнеров. Важно отметить, что данное предположение подтверждается официальным сайтом Федеральной таможенной службы, которая констатирует, что на страны ЕС по итогам 2015 года приходилось порядка 44,5 % внешней торговли российскими товарами. Важно привести сравнение с кризисом 2009 года [4].

Так согласно сайту «Евростат» оборот торговли ЕС и России по итогам 2015 года снизился до минимума после 2009 года, где он составлял 385,3 млрд. евро. Необходимо акцентировать внимание и на том, что как в 2009 году, так и в 2015 году наблюдалась экономическая рецессия, которая сопровождалась падением цены на «черное золото» [5].

Основным фактором снижения стоимостного объема торговли, если говорить о российском экспорте в целом, явилось именно существенное снижение цен на нефть на сырьевых рынках, а также на природный газ и металлы. Последние являются ведущими товарами (уточним сырье) российского экспорта. Падение цен на международных сырьевых рынках и началось еще в 2014 г. К 2015-му г., например, в отношении цены на нефть марки Brent наблюдалось падение с 65 до 33 дол./бар. В этом плане можно говорить, о том, что кризис во внешней торговле страны вызван ее структурным дисбалансом, отражающим приоритеты политики экономического развития страны. Сколько бы у нас ни говорили об инновациях и необходимости реиндустриализации, цифры показывают, что в структуре производства и, соответственно, внешней торговли превалирует сырьевой компонент. Конечно, в экономике в целом он не так заметен, как в торговле, но низкая конкурентоспособность промышленной продукции, ее малая инновационность пока не позволяют российским поставщикам завоевывать зарубежные рынки.

Есть и исключения, например, экспорт вооружений, отдельных химических продуктов (в основном полуфабрикатов), продовольствия, но прежняя сырьевая направленность отечественного экспорта пока не преодолена. И дело не только в ценовой неконкурентоспособности, в высоких издержках производства – ведь двукратная (по крайней мере) девальвация рубля должна была, по идее, открыть дорогу российскому экспорту. Часто и по качеству наши изделия неплохи. Главной причиной отсутствия прорыва в российском экспорте переработанной продукции является ее низкая инновационность [3].

В тоже время падение цен на углеводороды и санкции ЕС в отношении России не являются основными движителями падения. Ведущими экономическими экспертами выявлена общая тенденция снижения торговли, начиная с 2013 года, то есть до момента наступления негативных факторов. Именно, в 2013 году размер торговли двух партнеров составил порядка 338,5 млрд. рублей и равнялся 10 % от объемов внешней торговли государств-участников Евросоюза [1]. Иными словами, как

полагает автор настоящей статьи, негативная тенденция в торговых отношениях зародилась до момента наступления вышеперечисленных влияний.

Важно отметить позицию в отношении санкций экспертов «Евростата», которые полагают, что отмена санкций не даст мощного толчка в развитии торговых отношений [5].

Согласно таможенной статистике экспорт в ЕС Россией сократился на 36,1 % и причиной тому стали международные санкции.

Ответной реакцией со стороны Российской Федерации было введение некоторых ограничений на импортирование европейских товаров и как результат - снижение уровня импорта на 40,8 %. Размер внешней торговли согласно материалам того же сайта за прошлый год составил порядка 230 млрд. долларов [4].

Современная позиция государства Швейцария в рейтинге торговых партнеров ЕС вполне закономерна. Во-первых, как нам удалось доказать, причиной стало сокращение объемов торговли с Россией. Второе, следует учесть саму внешнеторговую политику Швейцарии, которая ориентирована именно на рынок стран-участников. Доля государства Швейцария во внешнеторговом обороте Союза Европейских государств достигла уровня 7 % и держится на этой отметке несколько лет [3].

Нельзя не отметить, что для ряда государств, входящих в состав ЕС, Российская Федерация входит в тройку основных торговых партнеров. Например, Литва, несмотря на вхождение в ЕС, является единственной страной-участником, для которой Российская Федерация является стратегическим рынком для реализации экспортной продукции. Республика Латвия находится на втором месте по объемам экспорта.

В данном контексте следует отметить и импорт российских товаров. Так, например, в Литве российские товары занимают 1-е место по итогам нескольких лет подряд. Относительно импорта в Болгарии Россия является вторым партнером по значимости.

В отношении Финляндии, Греции и Польши Россия находится на третьем месте [3].

Одновременно с вышеперечисленными негативными тенденциями следует отметить и положительные точки соприкосновения с Болгарией, с которой рост внешней торговли России за минувший год составил 11,7 %. С Люксембургом в прошлом году наблюдался рост экспорта российской продукции на 26,9 %. В данном контексте следует обратить внимание на то, что рост экспорта российской продукции в последнее государство из вышеупомянутых связан с ростом экспорта углеводородов.

Возникает вопрос: что ожидает наше государство в ближайшем будущем и как сложатся торговые отношения с европейскими партнерами в лице Европейского союза в рамках дальнейшей интеграции?

По-мнению автора настоящей статьи, Европейский союз не пойдет в ближайшее время на воссоединение с восточными государствами, в частности речь в данном контексте идет об Украине.

Такого же мнения придерживается большинство политологов и свидетельствует множество фактов об отказе во вхождении вышеназванного государства в ЕС. Однако, с 1 января текущего года в режиме временного применения начали действовать некоторые положения в отношении зоны свободной торговли. На что Российская Федерация отменила соответствующими мерами в торговых отношениях с Украиной.

На сегодняшний день имеются два пути в отношении торговли Россия – ЕС:

1. это окончательное ослабление торговых отношений и переориентация России во внешней торговле на Азиатские страны (например, на КНР);

2. это снятие двухсторонних международных ограничений с целью взаимного сближения.

По мнению автора настоящей статьи, вполне возможен исход по второму сценарию, так как уже сегодня Франция выступает против продления санкций и за их скорейшую отмену. Иные государства ЕС также считают, что введенные санкции невыгодны и разрушительны не только в торговых отношениях, но и в политических [2].

Таким образом, несмотря на введенные ограничения и общий спад в торговле Россия – ЕС, следует констатировать взаимозависимость экономик, а также признать влияние процесса глобализации на торговые отношения. Российской Федерации необходимо переориентировать экспорт товаров с сырья на продукцию потребления и промышленную продукцию, которая вполне может быть востребована и на европейских рынках.

### *Литература*

1. *Асадов Б. Р. и др.* Проблемы международных отношений и глобального развития. Новосибирск, 2014.
2. *Артемонова Е. И., Петрова А. Ю.* Развитие торговых отношений России и стран ЕС в условиях геополитической нестабильности // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета, 2015. №112. С. 1236-1247.
3. [Электронный ресурс]. Регионы online. Режим доступа: <http://www.gosrf.ru/news/22800/>
4. [Электронный ресурс]. Таможенная статистика импорта и экспорта. Режим доступа: [http://globusved.ru/?utm\\_source=yandex&utm\\_medium=cpc&utm\\_term=&utm\\_content=zagolovok&utm\\_campaign=statistika\\_globus&type=search&source=none&block=premium&position=1&addphrases=yes&keyword=&yclid=2463763121737828771](http://globusved.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_term=&utm_content=zagolovok&utm_campaign=statistika_globus&type=search&source=none&block=premium&position=1&addphrases=yes&keyword=&yclid=2463763121737828771).
5. [Электронный ресурс]. Eurostat. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat>.

---

## **Gross Domestic Product as a measure of economic well-being of society Popova M. (Russian Federation)**

### **Валовой внутренний продукт как показатель экономического благополучия общества**

#### **Попова М. С. (Российская Федерация)**

*Попова Мария Сергеевна / Popova Marija - студент,  
факультет политологии,*

*Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург*

**Аннотация:** в статье рассматриваются проблемы, связанные с неоправданно высоким авторитетом ВВП как показателя экономического благополучия общества. Обращается внимание на альтернативные критерии для его усовершенствования.

**Abstract:** the article is considered to the problems associating with unreasonably high authority of GDP as a measure of economic well-being of society. Attention is paid to alternative criterion for its improvement.

**Ключевые слова:** валовой внутренний продукт, экономическое благополучие.

**Keywords:** gross Domestic Product, economic well-being.

В наше время большинство стран мира «кичатся» своим уровнем ВВП, то есть стоимостью всех конечных товаров и услуг, произведённых за год во всех отраслях экономики на территории государства [1, с. 33]. Но насколько оправдано сравнение стран по данному показателю? Критиков этой системы становится все больше. Еще Саймон Кузнец, американский экономист и статистик, предложивший это понятие в 1943 году, остерегал против определения роста ВВП как увеличения экономического и социального благополучия.

Первоначально ВВП воспринимался как показатель состояния национальной экономики, то есть он выполнял функции мерил ее производительности, но в совсем скором времени его предназначение сильно поменялось, им стали характеризовать политику в целом (его показания стали определяющим в антиинфляционной и налоговой политике, мер по борьбе с безработицей и др.). Он является главным индикатором успеха государств, при этом есть ряд серьезных пробелов, которые становятся все явнее. Об этих «недочетах» сейчас пишут много трудов, этой проблеме стал больше уделять и журнал «The Economist», рейтинги международной статистики которого имеют весомое значение.

Первая проблема заключается в том, что ВВП забывает о постоянно изменяющихся технологиях, которые тесно связаны с уровнем нашего благосостояния, особенно в наше время, когда практически каждый день мы узнаем о создании очередного устройства, облегчающего человеку жизнь. Пользуясь теми правилами, по которому считается ВВП, получается, что мы не берем в расчёт, например, поменявшуюся производительность источников света (раньше использовали свечи, сейчас лампочки). Если мы пересчитаем количество средств, потраченных на освещение, когда использовались свечи и лампочки, то получим, что стоимость источников света изменилась колоссально из-за того, что появилась новая технология, из-за роста производительности.

Особую обеспокоенность вызывает то, что при расчете ВВП истощение природных ресурсов не является проблемой. А даже, наоборот, поддерживается, потому что исчерпывание природного богатства рассматривается как доход, но совсем забывается то, что этим подтачивается источник этого же самого дохода в будущем. На выходе мы имеем регресс в экологической сфере [2, с. 52].

Можно еще заметить такую тенденцию, если представлять ВВП как уровень благосостояния. Когда закончилась Вторая мировая война, условия жизни людей улучшались с каждым днем, рос и ВВП. Сейчас же во многих странах наблюдается рост ВВП, но, тем не менее, стандарты жизни людей не меняются.

Но изменилось другое. То, что являлось ценностью для человека тогда, и что является сейчас, имеет сильно разнящиеся понятия. Раньше задачей предприятий считалось производство товаров определенного качества, в настоящее время большое место уделяется сфере обслуживания, важна подача и ориентация на желание клиента. Вот здесь рождается противоречие, обусловленное устареванием ВВП. Если специализацией ресторана является предоставление пусть и небольшого количества, но дорогих блюд, он выполняет свою функцию – обеспечение желаний своих посетителей. А ВВП предоставляет нам другую реальность, в которой инфляция увеличивается и, соответственно, ВВП.

Важно заметить, что есть огромное количество сервисов, таких как Uber, Youtube, Facebook, Twitter, Wikipedia. Сейчас без них сложно представить жизнь среднестатистического человека, во многом они и изменили нашу действительность, но весь огромный список сервисов такого рода никак не отражен в ВВП [4]. Более того, мы видим, как материальные предметы переходят в область цифровых технологий. Мы уже меньше используем бумажную продукцию, предпочитая читать информацию в интернете, это же касается и музыки. С этими веяниями появляются и новые проблемы, становится трудно отследить их стоимость.

Хотелось бы еще обратить внимание на то, что в обеспеченных государствах ВВП пересчитывается постоянно, но ведь есть большой пласт стран, не имеющих средств для пересмотра данных. Потому сравнения стран по этому показателю можно считать нерелевантным, это порождает неправильное представление об экономической ситуации в мире. Но нужно признать и другое, вероятно, ситуация не изменится при введении нового критерия.

Возникает логичный вопрос о поиске альтернативы или же модернизации ныне везде используемого и до сих популярного ВВП. Журнал «The Economist» предлагает использовать несколько шагов [5]:

Во-первых, необходимо пересмотреть процесс сбора данных при расчете ВВП. Нужно включить такие критерии, как налоги, интернет-сервисы и другие важные составляющие современной жизни.

Во-вторых, также следует обратить внимание на создание нового показателя, способного учитывать домашнюю работу, которая не оплачивается (например, присмотр за маленькими детьми или ухода за больным родственником), специфику расходования средств разных социальных слоев и рост вариативности производимых товаров.

В-третьих, следует разработать новую величину, которая будет принимать во внимание государственные активы, частное состояние и нематериальные ценности (научные знания, человеческие навыки и проч.). Этот же показатель будет учитывать истощение такого капитала.

Итак, экономическая политика большинства государств зачастую ориентируется на рост ВВП. СМИ регулярно транслируют информацию о ВВП, политики с трибун постоянно ссылаются на его показатели. ВВП стал доминантой в показателях, как будто он демонстрирует прогресс в целом, уровень благосостояния общества. Это стало привычкой, закостенелым априорным мерилем, хотя и не имеет под собой таких оснований. ВВП – специализированный механизм, который, как и другой любой показатель, не может быть всеобъемлющ, он должен использоваться по назначению. Его применение в качестве индикатора благосостояния создает множество искажений и заблуждений, которые, к сожалению, повсеместно используются для определения направления нашей жизни.

### *Литература*

1. *Лызлов Д. В.* Преимущества и недостатки ВВП как показателя социально-экономического развития страны // Российский внешнеэкономический вестник, 2009. № 2. С. 32–40.
2. *Черниченко Л.* Необходимые условия роста ВВП // Экономист, 2004. № 3. С. 52–58.
3. *Зырянова А. В.* ВВП+. Почему необходим новый показатель благополучия [Электронный ресурс]: Slon. URL: <https://slon.ru/posts/67451>. (дата обращения: 20.05.2016).
4. The trouble with GDP. [Электронный ресурс]: The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/briefing/21697845-gross-domestic-product-gdp-increasingly-poor-measure-prosperity-it-not-even>. (дата обращения: 19.05.2016).

