



ECONOMICS

SEPTEMBER
2016
No. 9 (18)

ECONOMIC THEORY AND BUSINESS PROCESS

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE»

WWW.ECONOMIC-THEORY.COM



Work motivation of health workers
in Kyrgyzstan as a way to improve
the quality of health services
(Japarova D.) p.14

Stages of reflection
on the authorization of expenditure
accounts for the report
on Form 0503128 for 9 months
(Gladilina Yu., Koblova G.) p.68

ISSN 2410-289X



9 772410 289009

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE» ECONOMICS № 9 (18) 2016 ISSN 2410-289X

Economics

№ 9 (18), 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), *Kovaljov 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), *Zholdoshev S.* (Doctor of Medicine, Republic of Kyrgyzstan), *Il'inskii 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), *Kovaljov 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), *Makarov A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *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), *Naumov V.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Ovchinnikov Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Petrov V.* (D.Arts, Russian Federation), *Radkevich M.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Rozyhodzhaeva G.* (Doctor of Medicine, Republic of Uzbekistan), *Rubcova M.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Samkov A.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *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:

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

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

<http://economic-theory.com> e-mail: admbestsite@yandex.ru

Moscow

2016

Economics

№ 9 (18), 2016

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: Вальцев С.В.

Заместитель главного редактора: Ефимова А.В.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Издается с 2014 года

Выходит 12 раз в год

Подписано в печать: 28.09.2016

Дата выхода в свет: 30.09.2016

Формат 70x100/16.
Бумага офсетная.
Гарнитура «Таймс».
Печать офсетная.
Усл. печ. л. 7,06
Тираж 1 000 экз.
Заказ № 850

ТИПОГРАФИЯ
ООО «ПресСто».
153025, г. Иваново,
ул. Дзержинского,
39,
оф.307

Территория
распространения:
зарубежные
страны, Российская
Федерация

ИЗДАТЕЛЬ
ООО «Олимп»
153002, г. Иваново,
Жиделева, д. 19

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«Проблемы науки»

Свободная цена

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Акбулаев 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), *Трегуб 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), *Цуцулян 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), *Акбулаев 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), *Баулина М.В.* (канд. пед. 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), *Датий А.В.* (д-р мед. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Дивненко О.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Доленко Г.Н.* (д-р хим. наук, Россия), *Есенова К.У.* (д-р филол. наук, Казахстан), *Жамулдинов В.Н.* (канд. юрид. наук, Россия), *Жолдошев С.Т.* (д-р мед. наук, Кыргызская Республика), *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), *Кравцова 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), *Макаров А.Н.* (д-р филол. наук, Россия), *Маслов Д.В.* (канд. экон. 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), *Наузов В. А.* (д-р техн. наук, Россия), *Овчинников Ю.Д.* (канд. техн. наук, Россия), *Петров В.О.* (д-р искусствоведения, Россия), *Радкевич М. В.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Розыходжаева Г.А.* (д-р мед. наук, Узбекистан), *Рубцова М.В.* (д-р социол. наук, Россия), *Самков А. В.* (д-р техн. наук, Россия), *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), *Сотов 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), *Трегуб 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), *Цуцулян С.В.* (канд. экон. наук, Россия), *Чиладзе Г.Б.* (д-р юрид. наук, Грузия), *Шамишина И.Г.* (канд. пед. наук, Россия), *Шарипов М.С.* (канд. техн. наук, Узбекистан), *Шевко Д.Г.* (канд. техн. наук, Россия).

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

153008, РФ, г. Иваново, ул. Лежневская, д.55, 4 этаж
Тел.: +7 (910) 690-15-09.

<http://economic-theory.com/> e-mail: 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
Учредитель: Вальцев Сергей Витальевич

Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	5
<i>Grineva M., Badonova A.</i> (Russian Federation) The impact of monopolies on the economic security of the state and effectiveness of anti-monopoly regulation of the Russian economy / <i>Гринева М. Н., Бадонова А. А.</i> (Российская Федерация) Влияние монополий на экономическую безопасность государства и результативность антимонопольного регулирования экономики России	5
<i>Zavalniuk A.</i> (Russian Federation) Employment and unemployment. Economic and social consequences of unemployment / <i>Завальнюк А. В.</i> (Российская Федерация) Занятость и безработица. Экономические и социальные последствия безработицы.....	8
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ	12
<i>Nechaeva V., Semina L.</i> (Russian Federation) Requirements for the formulation of management accounting in the economic security of the organization / <i>Нечаева В. Л., Семина Л. А.</i> (Российская Федерация) Требования к постановке управленческого учета в рамках обеспечения экономической безопасности организации	12
<i>Japarova D.</i> (Republic of Kyrgyzstan) Work motivation of health workers in Kyrgyzstan as a way to improve the quality of health services / <i>Джанарова Д.</i> (Кыргызская Республика) Мотивация труда медицинских работников в Кыргызстане – путь повышения качества медицинских услуг	14
<i>Chigrov A.</i> (Russian Federation) Model of product distribution channels in business systems management system / <i>Чигров А. С.</i> (Российская Федерация) Модель каналов товародвижения в системе управления бизнес-системами	21
<i>Ivanov N.</i> (Russian Federation) Territorial marketing as a source of increasing of the region's attractiveness / <i>Иванов Н. А.</i> (Российская Федерация) Территориальный маркетинг как источник повышения экономической привлекательности региона	28
<i>Grishina A., Ivanov N.</i> (Russian Federation) Methods of risk-management in advertising of insurance companies / <i>Гришина А. С., Иванов Н. А.</i> (Российская Федерация) Методы управления рисками в рекламе страховых компаний	37
<i>Khvan A.</i> (Russian Federation) Tax on trading in securities by private investors / <i>Хван А. А.</i> (Российская Федерация) Налогообложение частных инвесторов при торговле финансовыми инструментами	40
<i>Likhacheva A.</i> (Russian Federation) Labor productivity and growth of the national economy / <i>Лухачёва А. А.</i> (Российская Федерация) Производительность труда и экономический рост отечественной экономики	43
<i>Laptev D.</i> (Russian Federation) VISION as the basic technology for value-oriented management approach to regional development / <i>Лантев Д. Е.</i> (Российская Федерация) VISION как базовая технология ценностно-ориентированного подхода управления региональным развитием	47
<i>Odinaev B.</i> (Republic of Tajikistan) Improving economical mechanism of state support regional water users / <i>Одинаев Б. Д.</i> (Республика Таджикистан)	

Совершенствование экономического механизма государственной поддержки водопользователей региона	50
<i>Odinaev B.</i> (Republic of Tajikistan) Current state of use and protection of water resources of the region / <i>Одинаев Б. Д.</i> (Республика Таджикистан) Современное состояние использования и охраны водных ресурсов региона	55
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	60
<i>Poplavskiy A.</i> (Russian Federation) Financial control as the basis for oversight of the government budget / <i>Поплавский А. А.</i> (Российская Федерация) Финансовый контроль как основной элемент по надзору за использованием бюджетных средств	60
<i>Ksenofontov B.</i> (Russian Federation) Components of credit risk / <i>Ксенофонов Б. А.</i> (Российская Федерация) Составляющие кредитного риска	62
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА	66
<i>Nechaeva V., Semina L.</i> (Russian Federation) The setting of management accounting in the organization / <i>Нечаева В. Л., Семина Л. А.</i> (Российская Федерация) Проблемы постановки управленческого учета в организации	66
<i>Gladilina Yu., Koblova G.</i> (Russian Federation) Stages of reflection on the authorization of expenditure accounts for the report on Form 0503128 for 9 months / <i>Гладиллина Ю. М., Коблова Г. И.</i> (Российская Федерация) Этапы отражения расходов на счетах санкционирования для составления отчета по форме 0503128 за 9 месяцев	68
<i>Kazantseva K.</i> (Russian Federation) Automation of accounting work and its remuneration on the basis of programs "1С" / <i>Казанцева К. А.</i> (Российская Федерация) Автоматизация учета труда и его оплаты на основе программ фирмы «1С»	72
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	77
<i>Feoktistov N., Komarov A.</i> (Russian Federation) Financial pyramids of old and new Russia / <i>Феоктистов Н. М., Комаров А. В.</i> (Российская Федерация) Финансовые пирамиды старой и новой России	77
<i>Ivanov M.</i> (Russian Federation) Real money in virtual world. How PokemonGo affected business / <i>Иванов М. В.</i> (Российская Федерация) Реальные деньги в виртуальной реальности. Как PokemonGo влияет на бизнес	85

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

**The impact of monopolies on the economic security of the state
and effectiveness of anti-monopoly regulation of the Russian economy
Grineva M.¹, Badonova A. A.² (Russian Federation)**

**Влияние монополий на экономическую безопасность государства
и результативность антимонопольного регулирования
экономики России**

Гринева М. Н.¹, Бадонова А. А.² (Российская Федерация)

¹Гринева Мария Николаевна / Grineva Maria – кандидат экономических наук, доцент,
кафедра экономической теории и мировой экономики,
факультет бухгалтерского учета и финансов;

²Бадонова Александра Александровна / Badonova Alexandra – студент,
факультет экономики и менеджмента,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I,
г. Воронеж

***Аннотация:** в статье рассмотрены причины обострения проблемы монополизации в экономике России на данном этапе. Исследованы негативные последствия данного процесса, выявлена степень влияния на экономическую безопасность страны. Предложены направления совершенствования современной антимонопольной политики государства.*

***Abstract:** the article describes the causes of worsening problems in the monopolization of Russia's economy at this stage. The negative consequences of this process, revealed the degree of influence on the country's economic security are studied. Directions of perfection of modern antitrust policy are proposed.*

***Ключевые слова:** монополии, экономическая безопасность, рыночная экономика, антимонопольная политика.*

***Keywords:** monopoly, economic security, the market economy, competition policy.*

Проблема монополизации является актуальной для рыночной экономики и интересной для исследования в рамках многих дисциплин. Казалось бы, фирмам дана свобода и откуда могут взяться монополии? Но эта самая свобода и порождает их. Конечно, не всегда в рыночной экономике возникают монополии, но шанс их появления достаточно велик, чтобы вызывать беспокойство. Монополии плохи тем, что устанавливают сильно завышенные цены и уничтожают конкуренцию. А без конкуренции рыночная экономика таковой называться не может.

С момента распада государства СССР и образования Российской Федерации, смены типа экономики с административной на рыночную, проблема наличия монополий стала особенно актуальной. Оставшиеся от СССР предприятия-монополисты нужно было демонополизировать, бороться с олигархией, завышенными ценами, и, наконец, бороться за честное предпринимательство, которое и обеспечивает необходимый прогресс, как в экономике, так и в науке. И эта борьба за конкуренцию продолжается и по сей день.

И так, что же такое монополия? Монополия – это крупное хозяйственное объединение, находящееся в частной собственности и осуществляющее власть над отраслями, рынками и макроэкономикой в целом для установления высоких цен и получения больших прибылей.

Монополии стремятся получить господство на производстве, которое даст им власть на рынке для установления больших цен. Ведь если, например, будет только одна компания, производящая хлеб, то у покупателей не будет возможности купить хлеб где-то еще. Это понимают и производитель, и покупатель. Но покупатель ничего не может с этим сделать. А производитель может установить цену за буханку хлеба не 30 рублей, а 60 или даже 90. Почему он это делает? Потому что может. Покупатель вынужден покупать хлеб по более высокой цене.

Монополии не могут возникнуть «из ничего». Для таких фирм, как и любых других, требуется стартовое начало, которое может перерасти в монополию.

Выделяют следующие причины возникновения монополий:

- единственная фирма владеет главными ресурсами производства;
- экономия на масштабе производства;
- технологическое превосходство;
- барьеры государственного регулирования;
- возможность одной фирмы получить контроль над другими фирмами.

Разрушение рынков монополистами не сулит экономике ничего хорошего. Подавляя конкуренцию, они подавляют стимулы к технологическим инновациям, делают экономику чрезвычайно расточительной, развивающейся главным образом за счет привлечения дополнительных ресурсов, обрекают ее на низкую эффективность. Для получения прибыли в отсутствии конкурентов не обязательно осваивать эффективные технологии, снижать затраты и расширять сбыт, достаточно навязать потребителям монопольные цены. В монополизированной экономике цены слабо реагируют на колебания потребностей и спроса, а монополии заглушают импульсы, которые идут от спроса к производству.

Начало рыночных реформ в нашей стране привело к резкому усилению монополистических тенденций. Отчасти это было связано с распадом СССР и ослаблением экономических связей между бывшими союзными республиками. К прежним монополистам добавились новые, а именно предприятия, не являвшиеся единственными производителями в рамках всего Союза, но ставшие таковыми на сократившейся территории.

Однако гораздо большее значение имело изменение условий хозяйствования. Благодаря чему, резко усилились последствия монополизации и ее влияние на экономику. Превращение российских заводов в частные предприятия создало мощный стимул для получения монопольных прибылей. А свобода установления цен и выбора объемов производства дали в руки фирм средства достижения этой цели. Все три важнейших последствия монополизации (занижение производства, завышение цен, получение монопольных сверхприбылей), до той поры, сдерживавшиеся социалистическим государством, вырвались наружу. Усиление проявлений монополизма, в свою очередь, негативно повлияло на общий ход реформ в стране.

Положение единственного производителя (или одного из немногих производителей) определенного вида товаров открыло перед предприятиями порочный с точки зрения всей экономики, но весьма выгодный для них самих путь адаптации к рыночным условиям.

Наиболее влиятельными естественными монополиями в России являются ПАО «Газпром», «РЖД». Но стоит также упомянуть и ПАО «ЕЭС России», которая была подвергнута реструктуризации и на данный момент ее не существует [2].

ПАО «ЕЭС России» была реструктурирована за счет выделения из ее состава межрегиональных распределительных сетевых компаний, оптовых генерирующих компаний и территориальных генерирующих компаний. Иначе говоря, не напрямую, а через посредника. По идее, эта реформа логична: для контроля можно поставить «своего» посредника. Но именно из-за посредника цены на электроэнергию выросли.

Индексы цен на электроэнергию в РФ значительно выросли в 2003-2013 года. Но стоит отметить, что цены на газ тоже выросли, хотя у ПАО «Газпром» посредников нет.

Естественно, недовольные ценами (тарифами) граждане обращались с жалобами в Федеральную службу по тарифам. Большинство обращений касались цен на электроэнергию, газ и ЖКУ. Этот пример говорит о том, что даже один монополист в экономике способен пошатнуть ее стабильность и вывести из равновесия жизнь граждан. Конечно, тарифы на различные услуги всегда вызывают спорные мнения, но не стоит умалчивать влияние монополий.

Интересно также изучить рейтинг крупнейших компаний РФ по объему реализации продукции (данные за 2015 год) (таблица 2).

Таблица 1. Крупнейшие игроки на российском рынке, млн руб.

Место компании	Объем реализации	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
1	2	3	4
Газпром	6073318,00	306823,00	157192,00
НК «ЛУКойл»	4718300,03	260191,75	181119,89
НК «Роснефть»	3681000,00	478000,00	350000,00
Сбербанк России	2167400,00	374200,00	290300,00
РЖД	1401729,00	-39238,00	-44078,00
Группа ВТБ	925600,00	32800,00	800,00
Сургутнефтегаз	890574,00	1068136,26	891679,41
АК «Транснефть»	774380,00	96443,00	59500,00
Магнит	763527,25	62026,53	47685,84
Российские сети	759608,00	-18049,00	-24257,00

Как видим, основные лидирующие позиции занимают предприятия-монополисты и в их руках находятся огромные денежные средства.

Само явление монополии отрицательно не тем, что не оставляет выбора потребителям, а тем, что недобросовестно пользуется своим положением. Цены на все вокруг нас сейчас – от ракет до хлеба, света в домах – зависят от цен на топливо, энергию и транспорт. Энергетические и транспортные монополии завысили их как могли. Усмирить силы монополизации призвано антимонопольное законодательство.

Современное антимонопольное законодательство имеет два принципиальных направления: контроль за ценами и контроль за созданием компаний. Антимонопольное законодательство в первую очередь запрещает соглашение по ценам. Незаконным является сговор между фирмами в целях установления цен. Законом преследуется демпинговая практика продаж, когда фирма умышленно устанавливает более низкие цены, с тем чтобы вытеснить из отрасли конкурентом.

Для демополизации экономики и развития конкуренции, на наш взгляд, необходимо:

- Наладить антимонопольный контроль за проведением конкурсов, торгов, аукционов, в том числе при размещении заказов на поставки продукции для государственных и муниципальных нужд;
- Ввести жесткие меры против действий региональных властей, препятствующих свободе перемещения товаров и капитала по всей России;
- Совершенствовать правовое регулирование использования государственных средств для расширения конкурентной среды, снижения концентрации производства и уменьшения ведомственного монополизма;

• Согласовать антимонопольное законодательство стран СНГ, адаптировать их конкурентную политику к международным принципам и правилам.

Во многих странах именно малый бизнес является естественной основой формирования конкурентной среды, полигоном для испытания венчурных технологических и экономических проектов. У него больше возможностей маневрировать капиталом, переключаясь с одного вида деятельности на другой, ниже операционные расходы, у работников выше чувство причастности к делам фирмы и заинтересованность в ее успехе. Даже в условиях повышенного риска малые предприятия охотно берутся за новации, которые они затем могут передать на тиражирование промышленным гигантам [1].

Как показывает зарубежный опыт, чем выше доля малых предприятий в общем числе хозяйствующих субъектов и численности занятых, тем меньше безработица и выше конкуренция. Однако сегодня темпы роста числа этих предприятий замедлились, занимаются они в основном торговлей и посреднической деятельностью.

Для развития малого бизнеса необходимы доступные кредиты и льготное налогообложение, создание лизинговых компаний, технопарков, бизнесинкубаторов, информационных, консалтинговых и учебно-деловых центров, а также вовлечение малых предприятий в новые сферы деятельности, международные программы сотрудничества. Пока же все это остается благим пожеланием из-за скудости государственного бюджета, недостатка политической воли у властей, противодействия чиновников, настроенных против рыночных реформ.

Литература

1. *Гринева М. Н.* Развитие предпринимательской деятельности в аграрной сфере как фактор повышения уровня жизни / М. Н. Гринева // Финансовый вестник. 1 (25), 2012. Воронеж: Воронежский гос. аграроуниверситет, 2012. С. 81-87.
2. *Халяндра О. И.* Уровень монополизации современной экономики России / О. И. Халяндра // Экономика, управление, финансы: материалы III междунар. науч. конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). Пермь: Меркурий, 2014. С. 169-172.

Employment and unemployment. Economic and social consequences of unemployment

Zavalniuk A. (Russian Federation)

Занятость и безработица. Экономические и социальные последствия безработицы

Завальнюк А. В. (Российская Федерация)

*Завальнюк Ангелина Викторовна / Zavalniuk Angelina – студент,
экономический факультет,*

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Аннотация: в работе описаны причины и последствия безработицы, анализируются социальные и экономические последствия безработицы. Также автор предлагает некоторые пути решения данных проблем.

Abstract: the report describes the causes and consequences of unemployment, analyzes the social and economic consequences of unemployment. The author also offers some solutions to these problems.

Ключевые слова: безработица, виды безработицы, последствия, пути решения.

Keywords: unemployment, types of unemployment, consequences, solutions.

Занятость и безработица являются основными характеристиками рынка труда. На сегодняшний день, проблема роста уровня безработицы требует новых методов, способов и подходов к её решению.

В неоклассической теории занятость зависит от двух факторов: предельной тяжести труда (фактор, определяющий предложение труда) и предельной производительности труда (фактор, определяющий спрос на труд). При этом размеры спроса на труд определяются предельным продуктом, производимым последним рабочим, цена которого и является справедливой ценой данного фактора производства.

Следовательно, уровень занятости в руках самих рабочих и их согласие работать за более низкую заработную плату увеличивают рост занятости.

Уровень занятости определяется динамикой эффективного спроса – ожидаемых расходов на потребление и предполагаемых капитальных вложений. Именно этот фактор обуславливает уровень занятости и национального дохода.

Более равномерное распределение доходов выступает (к примеру) у Дж. Кейнса фактором увеличения размеров эффективного спроса. Однако это утверждение может быть правомерным, если рассматривать поведение отдельной фирмы.

Необходимо отметить, что именно за счет выталкивания в ряды безработных какой-то части экономически активного населения в системе восстанавливается равновесие.

Неоклассическая теория такой возможности не допускала, считая, что снижение заработной платы будет происходить до тех пор, пока рынок не поглотит избыток рабочей силы.

Как видим, классическая и неоклассическая теории допускали ситуацию временного нарушения равновесия, когда предложение труда и товаров оказывается выше спроса на них, но в их моделях решением проблемы восстановления равновесия спроса и предложения было снижение цен и заработной платы.

Необходимо также рассмотреть подходы к определению категорий занятости и безработицы в соответствии с методологией МОТ и законодательством РФ (табл. 1).

Таблица 1. Определение категории «занятость» и «безработица»

МОТ (Международная организация труда)	Законодательство Российской Федерации (Закон РФ от 19 апреля 1991 г. N 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации»)
Занятость – это стремление людей принимать участие в производственной, управленческой, культурной и другой деятельности общества, которое проявляется в форме предложений рабочей силы для производства товаров и услуг.	Занятость - это деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству Российской Федерации и приносящая, как правило, им заработок, трудовой доход (далее - заработок).
Безработным считается любой, кто на данный момент времени не имеет работы, ищет работу и готов приступить к ней	Безработными признаются трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней

Следует выделить наиболее распространённые виды безработицы. К ним относятся: фрикционная, структурная, циклическая и сезонная.

Суть фрикционной безработицы состоит в том, что работнику, уволенному с его места работы или покинувшему его по своему желанию, требуется определенное время для того, чтобы найти новое рабочее место. Интересно то, что оно должно

устроить его по многим критериям, таким как уровень заработной платы, роду деятельности и так далее.

Экономисты считают данный вид безработицы нормальным явлением, которое не должно вызывать тревогу. Более того, она просто неизбежна в нормально организованной экономике, поскольку в ней отражается свобода выбора людьми места работы.

Структурная безработица возникает в случае, когда сокращается спрос на работников одних профессий и увеличивается спрос на работников других профессий. Она порождается невозможностью трудоустройства из-за различного спроса и предложения на различные виды профессий. Невозможно избежать структурной безработицы, так как технический процесс не стоит на месте и динамично развивается.

Циклическая безработица присуща странам, которые переживают общий экономический спад. В этом случае трудности переживает большинство фирм страны, следовательно появляются массовые увольнения и в итоге общее число свободных рабочих мест в стране оказывается меньше числа безработных.

И последним из самых распространённых видов безработицы рассматриваем сезонную безработицу. Сезонные работники остаются без работы из-за того, что некоторые виды деятельности могут осуществляться только в определенные периоды года. К примеру, к ним можно отнести сельскохозяйственных рабочих. Однако в такой занятости нет ничего трагического: приходит новый сезон и следом за ним возвращается работа.

На сегодняшний день учёные-экономисты характерными для экономики России считают структурную безработицу, дополняемую безработицей циклической.

Согласно статистическим данным Российской Федерации, численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (занятые и безработные) в январе 2015 года составила 75,9 млн человек, или 52% от общей численности населения страны. В численности экономически активного населения на 01.01.2015 71,8 млн человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 4,2 млн человек – как безработные с применением критериев МОТ.

На сегодняшний день остро стоит проблема неформальной занятости, то есть такой, которая не оформляется трудовым договором. Поскольку отсутствие письменного трудового договора или контракта максимизирует нарушения трудовых и социальных прав и гарантий, неформальная занятость определяется как незарегистрированная занятость в формальном и неформальном секторе.

Безработица, в общем, имеет негативные экономические, социальные и психологические последствия (табл. 2).

Таблица 2. Негативные последствия безработицы

Социальные последствия безработицы	Экономические последствия безработицы	Психологические последствия безработицы
<ul style="list-style-type: none">- Усиление социальной напряженности;- усиление социальной дифференциации;- падение трудовой активности;- ослабление мотивации к труду;- отток квалифицированных работников за границу	<ul style="list-style-type: none">- сокращение налоговых поступлений;- уменьшение ВВП страны;- падение жизненного уровня,- потеря квалификации безработных	<ul style="list-style-type: none">- угрызения совести;- жалобы на плохое физическое состояние;алкоголизм,наркозависимость, развод,психологическое и (или) физическое насилие над детьми и супругами, мысли о самоубийстве¹

¹ Чершина Н. В. Социальные проблемы безработицы / Чершина Н. В. // Социо, 2009. № 1.

Тем не менее, существуют и положительные последствия безработицы. Например, повышается социальная ценность рабочего места; увеличивается личное свободное время и свобода выбора места работы, растет социальная значимость и ценность труда. Безработица способствует созданию резерва рабочей силы для структурной перестройки экономики и росту конкуренции между работниками. Но всё же, негативных последствий безработицы значительно больше, чем положительных и они представляют угрозу национальной безопасности страны, экономическому развитию.

Снизить негативные последствия безработицы возможно с помощью эффективного государственного регулирования занятости населения направленного на снижение уровня безработицы и социальной напряженности.

Создание новых рабочих мест приводит к увеличению личных доходов населения и повышению развития национальной экономики. Можно выделить следующие мероприятия по уменьшению уровня безработицы:

- снижение налогов для предприятий, при условии создания рабочих мест (для компенсации расходов на прием новых работников);
- предоставление государством льготных кредитов для развития производства;
- создание новых рабочих мест, за счет взятия кредитов для технического переоборудования и расширения предприятий;
- создание центров обучения молодых людей наиболее востребованным специальностям на рынке труда;
- обеспечение службами занятости переобучение или повышение квалификации кадров в соответствии с потребностями развивающихся отраслей.

Единого способа борьбы с безработицей не существует, поэтому необходимо использовать различные методы в соответствии с видом безработицы. Так, уровень фрикционной безработицы может быть снижен за счет:

- улучшения информационного обеспечения рынка труда;
- устранения факторов, снижающих мобильность рабочей силы.

Сокращению структурной безработицы более всего способствуют программы профессионального переобучения и переквалификации. Программы профессиональной подготовки обеспечивают как подготовку на рабочих местах, так и в специальных учебных заведениях для безработной молодежи, а также для рабочих старших возрастов, чья профессия оказалась устаревшей.

Таким образом, занятость и безработица являются важнейшими характеристиками рынка труда. Вот Безработица является негативным, но неотъемлемым явлением рыночной экономики. Существуют различные теории, раскрывающие причины и суть безработицы. Выделяют положительные и негативные социально-экономические и психологические последствия безработицы и т. д.

Основными направлениями снижения безработицы являются создание новых рабочих мест и стимулирование самозанятости населения.

Литература

1. *Малева Т. М., Синявская О. В.* Неформальная занятость в России: методологические подходы и эмпирические оценки / НИСП, 2002.
2. *Борисов Е. Ф.* Экономическая теория: учеб. 2-е изд. М.: ТК Велби. Изд-во Проспект, 2005. 544 с.
3. *Абалкин Л. И.* Вопросы экономики, 2002. № 11. С. 115-118.
4. *Четвернина Т. Я.* Система защиты от безработицы в России нуждается в реформировании. Проблемы теории и практики управления, 2002. № 6. С. 53-59.
5. *Кашинский Ю. И.* Проблемы теории и практики управления. Международный журнал, 2004. № 6. С. 100-108.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Requirements for the formulation of management accounting in the economic security of the organization

Nechaeva V.¹, Semina L.² (Russian Federation)

Требования к постановке управленческого учета в рамках обеспечения экономической безопасности организации

Нечаева В. Л.¹, Семина Л. А.² (Российская Федерация)

¹Нечаева Виктория Леоноровна / Nechaeva Victoria – студент;

²Семина Лариса Анатольевна / Semina Larisa – доктор экономических наук, доцент, профессор, кафедра экономической безопасности, учета, анализа и аудита,

Международный институт экономики, менеджмента и информационных систем
Алтайский государственный университет, г. Барнаул

Аннотация: в статье рассматриваются различные подходы к исследованию экономической эффективности внедрения управленческого учета в предпринимательских структурах. Рассматриваются принципы организации управленческого учета, требования, предъявляемые к бухгалтерской управленческой информации, а также основные проблемы его внедрения.

Abstract: in article authors considered various approaches to research of economic efficiency of introduction of management accounting in enterprise structures, the principles of the organization of management accounting, requirements imposed to accounting administrative information, and also the main problems of its introduction.

Ключевые слова: управленческий анализ, управленческий учет, проблемы, мнения, управление организацией, принятие решений.

Keywords: administrative analysis, management accounting, problems, opinions, management of organization, decision-making.

В современном мире существует огромное количество предприятий: больших и малых, производственных и торговых. Каждое предприятие специализируется на каком-либо определенном виде деятельности, и, естественно, главной целью этой деятельности является получение прибыли. Но для того чтобы получать прибыль, необходимо грамотно и рационально использовать экономические ресурсы, уметь правильно поставить приоритетные задачи. Решением данных проблем и занимается такая наука, как управленческий учет. Именно этим и обусловлена актуальность выбранной нами темы.

Для бухгалтерской управленческой информации предъявляются особые требования. Это происходит потому, что круг пользователей финансовой и управленческой информации различен, и управленческая информация нужна непосредственно для управления предприятием и улучшения финансового положения. В управленческом учете может использоваться как количественная, так и не количественная информация. Количественная информация – это, прежде всего, данные отчетности, содержащие числовую характеристику процессов, а не количественная – это результаты различных опросов, например, социологических, слухи, репутация и т. д. [4; 5].

Итак, к управленческой информации предъявляются такие требования, как:

– адресность (вся подготовленная внутрихозяйственная информация должна адресоваться конкретным получателям);

- аналитичность (вся подготовленная для руководства информация должна включать в себя анализ содержащихся данных);
- полезность (предоставляемая информация должна содержать сведения, дающие информацию о рисках на предприятии, об объективной оценке работы управленцев организации);
- достаточность (информация должна иметь должный объем, такой, чтобы на основе имеющихся данных руководитель мог принять грамотные управленческие решения. Но, помимо этого, информации не должно быть слишком много, чтобы не отвлекать ее пользователей от основных моментов);
- оперативность (информация должна быть предоставлена в определенные сроки и в определенное время, в течение которого руководство предприятия успело бы оценить сложившуюся ситуацию и принять рациональное и грамотное экономическое решение);
- инициативность (данное требование предполагает, что руководители подразделений и центров ответственности имеют право принимать полное участие в разработке рекомендаций и формулировании новых предложений по использованию и составлению управленческой информации) [6].

Но не только внедрение системы управленческого учета как таковой обеспечивает рациональное ведение и учет всех хозяйственных процессов. Понятие экономической эффективности управленческого учета можно рассматривать с двух точек зрения:

- во-первых, как оценка результативности. Данный подход позволяет ответить на вопрос, насколько достигнут результат в рамках конкретно поставленной задачи;
- во-вторых, как соотношение произведенных затрат и полученных выгод. Данный подход позволяет рассмотреть организацию управленческого учета с финансовой точки зрения, выяснить, насколько экономически эффективно осуществляется управленческая деятельность в компании [4; 5].

Для того чтобы оценить экономическую эффективность внедрения системы управленческого учета, необходимо проанализировать две ее составляющие:

- 1) мониторинг данной системы;
- 2) непосредственное определение эффективности СУУ на предприятии.

Основопологающими принципами, на которых строится оценка эффективности управленческого учета организации, являются:

- непрерывность деятельности организации;
- периодичность представляемой информации, которая установлена в учетной политике;
- полнота и аналитичность представляемой информации, предоставляющая полное и подробное описание объектов управления.

Одним из мероприятий, которое позволило бы увеличить эффективность системы управленческого учета, является автоматизация СУУ. Данный процесс подразумевает под собой переход управленческого учета с ведения вручную на ведение с помощью компьютерных систем.

Литература

1. Федосеев А., Рочкус Я. Автоматизация управленческого учета и бюджетирования. Режим доступа: [http:// www.intalev.ru/](http://www.intalev.ru/) (дата обращения: 30.09.2016).
2. Бреслав Е. Зачем предприятию управленческий учет? Режим доступа: <http://www.econfin.ru/> (дата обращения: 30.09.2016).
3. Мялкина А. Ф., Турбина Н. М. Международные и российские аспекты учета инвестиционного имущества // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов, 2014. Т. 9. № 10. С. 80-86.
4. Вихров А. А. Принципы разработки классификаторов затрат. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/ias/manacc/> (дата обращения: 30.09.2016).

5. Панчина В. А. Перспективы и тенденции развития управленческого учета в России // Все для бухгалтера, 2010. № 3. С. 15-16.
6. Сысоева М. С., Меркулова Е. Ю. К вопросу выбора стратегии развития предприятия с целью обеспечения его экономической безопасности // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов, 2014. № 2 (60). С. 115-122.

Work motivation of health workers in Kyrgyzstan as a way to improve the quality of health services

Japarova D. (Republic of Kyrgyzstan)

Мотивация труда медицинских работников в Кыргызстане – путь повышения качества медицинских услуг

Джапарова Д. (Кыргызская Республика)

Джапарова Дамира / Japarova Damira – доцент, кандидат экономических наук, кафедра экономики,

Кыргызско-турецкий университет Манас, г. Бишкек, Кыргызская Республика

Аннотация: заработная плата медицинских работников в Кыргызстане остается низкой. Это вынуждает врачей покидать Кыргызстан. Заработная плата осуществляется за счет единственного источника – фонда оплаты труда, который состоит из гарантированной и дополнительной части. Основой мотивации труда в медицине может стать отказ от повременной системы оплаты труда и внедрение ее сдельной формы в различных модификациях. Критерием оценки труда медицинского работника должно стать здоровье пациента после лечения. Источником начисления дополнительной заработной плат, может стать фонд, создаваемый за счет легальных платных услуг (пример Турции).

Abstract: wages for medical workers in Kyrgyzstan remains low. This is forcing doctors to leave Kyrgyzstan. Wages are paid for by a single source-labour compensation fund which consists of guaranteed and additional parts. The basis of labor motivation in medicine may become a waiver of time-based pay system and the introduction of its piece-molds in various modifications. Criterion of labor health evaluation care worker should be the health of the patient after treatment. Source of additional payroll wages, can become a foundation is created at the expense of legitimate paid services (example).

Ключевые слова: заработная плата врачей, качества труда, оборотные средства.

Keywords: salaries of doctors, quality of labour, revolving funds.

Причина низкого качества лечения - отсутствие мотивации.

Анализ качества оказания стационарной помощи, проводимого Фондом обязательного медицинского страхования в 2014 г., выявил 1375 дефектных случаев. Из них «дефекты лечения» составляют 44,2% [1]. И главная причина низкого качества лечения, как отметили сами врачи в ходе анкетирования (61,8% из опрошенных врачей), состоит в отсутствии мотивации, т.е. материального стимула к работе к повышению качества труда. Также 93% из числа опрошенных врачей не устраивает их заработная плата [2]. В сфере медицинских услуг в государственных лечебных учреждениях нет полноценных экономических отношений.

Средняя заработная плата работников здравоохранения за 2010-2015 гг. (сом)

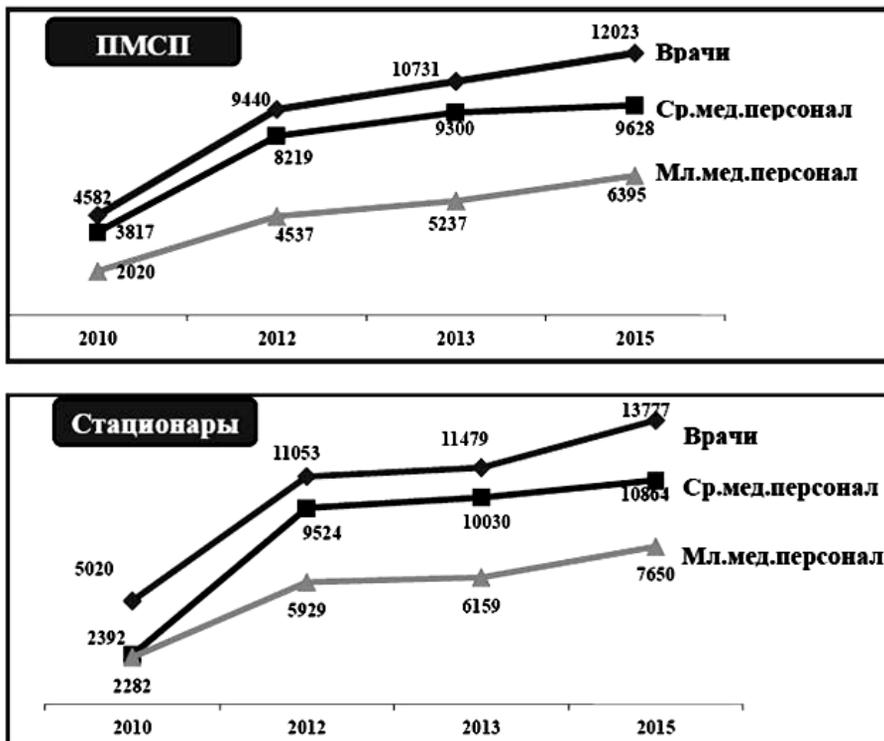


Рис. 1. Диаграмма 1. Составлена по данным ФОМС КР за 2010-2015 годы [3]

Несмотря на положительные сдвиги в динамике и высокий удельный вес в расходах здравоохранения (74%), заработная плата медицинских работников в Кыргызстане, остается низкой.

Система заработной платы врачей в Кыргызстане.

Зарплата врачей в Кыргызстане состоит из гарантированной и дополнительной заработной платы. Ее выплата осуществляется за счет единственного источника – фонда оплаты труда. И премирование работников здравоохранения производится за счет экономии фонда оплаты труда. Существующая система начисления заработной платы в организациях здравоохранения недостаточно понятна и не всегда отражает вклад конкретного работника, отмечается в документе исследования политики [4]. Размер заработной платы конкретного работника определяется как сумма гарантированной заработной платы и различных индивидуальных выплат в пользу работника и дополнительной заработной платы:

$$\text{ЗП} = \text{ГЗП} + \text{ИВ} + \text{ДЗП}$$

При этом гарантированная заработная плата включает:

- ✓ должностной оклад по Единой тарифной сетке;
- ✓ надбавки к должностному окладу за продолжительность непрерывной работы;
- ✓ повышение должностных окладов в связи:
 - с наличием ученой степени;
 - с наличием почетного звания;
 - с наличием квалификационной категории для руководителей организаций здравоохранения и их заместителей;
 - с опасными для здоровья и особо тяжелыми условиями труда;

- за руководство структурным подразделением;
- для работников организаций здравоохранения, занятых в сельской местности.

В понятие «индивидуальные выплаты» входят начисления за:

- работу в ночное время и праздничные дни; совмещение профессий (должностей); расширение зон обслуживания или увеличение объема выполняемых работ; отпускной период; больничные листы; единовременные пособия (сокращение, увольнение).

Третьей составляющей при формировании заработной платы является дополнительная заработная плата. Размер дополнительной заработной платы определяется путем умножения размера гарантированной заработной платы (ГЗП) работников на коэффициент дополнительной заработной платы (КДЗ) и коэффициент трудового участия:

$$(КТУ): ДЗП = ГЗП \times КДЗ \times КТУ$$

Коэффициенты трудового участия (КТУ) подразделений организаций здравоохранения и работников определяются ежемесячно экспертной комиссией организации здравоохранения и комиссией структурных подразделений на основании трудовых паспортов, которые заполняются как для подразделения, так и на каждого отдельного работника.

Повышение оплаты труда стало возможным за счет появления в ходе реформирования системы здравоохранения новых источников финансирования – средств ОМС и сооплаты, а также некоторого увеличения доли специальных средств в бюджете организаций здравоохранения.

Согласно утвержденным нормативным документам часть финансовых средств из указанных выше трех источников направляется на дополнительные выплаты медицинским работникам. При этом сформировавшийся фонд дополнительный заработной платы начисляется в соответствии с коэффициентом трудового участия каждого подразделения и отдельного работника организации здравоохранения. Данный механизм был внедрен с 2002 года и был призван оказывать стимулирующее влияние на работающий персонал. Таким образом, общий (консолидированный) бюджет и, соответственно фонд оплаты труда, организаций здравоохранения формируется из четырех источников:

- средств государственного бюджета, начисляемого согласно утвержденной смете расходов по статьям расходов бюджетной классификации «Заработная плата» и «Отчисления в Социальный фонд»;
- средств обязательного медицинского страхования – определяются ФОМС как процент от средств, выделяемых по подушевому нормативу (35% - на уровне ПМСП) или за пролеченные случаи (25% - на уровне стационаров);
- специальных средств – объем средств на заработную плату определяется решением руководителя организации здравоохранения;
- средств сооплаты – в размере, определяемом МЗ КР (20% от общей суммы поступлений).

Из консолидированного фонда оплаты труда производятся выплаты гарантированной и дополнительной заработной платы работникам и другие выплаты, установленные законодательством Кыргызской Республики и в соответствии с «Условиями оплаты труда работников организаций здравоохранения Кыргызской Республики», утвержденными постановлением Правительства Кыргызской Республики № 411 от 6 июня 2006 года. При этом не менее 85 % от общего фонда оплаты труда направляется на содержание медицинского персонала и не более 15% - на содержание административно-управленческого и хозяйственно-обслуживающего персонала.

Стимулирование качества труда не выходит за рамки фонда оплаты труда, и дополнительная заработная плата зависит от гарантированной, так как их сумма соответствует фонду оплаты труда.

С повышением заработной платы медицинских работников в Кыргызстане, их доходы увеличились. Однако желание получать дополнительные доходы от пациентов не исчезло. Как показывает практика, оплата медицинской помощи, производимая неформально, в руки медицинским работникам, получила широкое распространение в здравоохранении Кыргызстана. Это не только роняет имидж врачей, но и наносит серьезный урон семейному бюджету пациентов, оказавшихся на больничной койке или на приеме у врача. Главной причиной существования неформальных платежей в здравоохранении рассматривается относительно низкий уровень заработной платы.

В сфере медицинских услуг в государственных лечебных учреждениях нет полноценных экономических отношений. Это привело к тому, что управление отечественным здравоохранением строилось и продолжает осуществляться преимущественно на административных методах.

96% врачей отметили, что любят свою работу. 91,3% опрошенных врачей отметили, что взаимоотношения, сложившиеся с товарищами на работе, хорошие. Высокая роль хороших отношений с коллегами, указывает на то, что профессиональная деятельность абсолютного большинства врачей осуществляется в коллективе и придается высокая значимость оценкам коллег по работе результатов индивидуального труда. Однако 89,9% врачей хотят получить больше самостоятельности в работе.

Финансирование отрасли и работа лечебно-профилактических учреждений осуществляются на основе нормативов, устанавливаемых и спускаемых до каждого медицинского учреждения органами государственного управления. В таких условиях нет оценки результатов труда, мотивации и экономических стимулов. Подавляющее большинство врачей (75%) убеждены, что размер их заработной платы вовсе не зависит или зависит незначительно от таких факторов, как квалификация, личный трудовой вклад, конечные результаты работы. По оценкам большинства опрошенных (78%), оплата их труда не зависит также от отношений с руководством. Таким образом, несмотря на фактическое наличие премий и надбавок, можно сделать вывод, что распределяются они, скорее всего механически и уравнилельно, и потому не играют ощутимой стимулирующей роли.

Заработная плата устанавливается по Единой тарифной сетке с учетом всех доплат. Она является фиксированной, не зависит ни от объема, ни от качества выполненных работ. Оплата труда в здравоохранении Кыргызстана осуществляется согласно повременной системе, имеющей ряд существенных недостатков.

Заработная плата врачей в Кыргызстане не мотивирует также выпускников вузов идти работать по профессии, так как врач получает 6 тысяч сомов, а медсестра – 4 тысячи сомов. Вышеуказанные, суммы - это средняя заработная плата врача, включающая доплаты за выслугу лет, коэффициенты, и т.д. Если соотнести эту сумму с учетом ежемесячных расходов на квартплату, школу, детский сад и так далее, то, понятно, что ее не хватает. Поэтому вполне естественно, что каждый врач будет стремиться туда, где его оценят и обеспечат достойную плату за труд. Многие врачи работают на полторы ставки. Если добавить дополнительную заработную плату согласно КТУ, заработная плата составит 7-9 тысяч сомов, в связи с чем молодые специалисты не идут.

Например, в Токмакской городской больнице в центре семейной медицины вместо 12 штатных, работают 5 врачей и все пенсионного возраста. Молодые врачи не приезжают.

Таким образом, отсутствие грамотной системы оплаты труда порождает проблемы кадрового характера. Возникает ситуация, когда молодой специалист, решая в какое учреждение идти, претендуя на достойную заработную плату, делает выбор в пользу негосударственных учреждений. При повременной оплате труда, при начислении

заработной платы учитывается стаж работы, но не профессионализм и не желание использовать новые технологии в работе.

Принятое положение о депозите врача-педиатра не помогает исправить положение с нехваткой врачей [5]. К примеру, дополнительная выплата врачам в размере 1 тыс. сомов от мэрии города Бишкек должна была помочь доукомплектовать первичное звено врачами и медсестрами и служить стимулом к повышению доступности и качества медицинской помощи и улучшению показателей здоровья населения.

В реальной ситуации руководство лечебно-профилактических учреждений не может оказать никакого влияния на размер данной выплаты, то есть она оказывается фиксированной, не отражает качество работы, что лишает эту выплату ее главной функции как стимула.

Отрицательное влияние на кадровую ситуацию в здравоохранении оказывают не только материальные и социальные факторы, но и условия труда. В медицинских учреждениях, прежде всего в сельской местности, где годами не было ремонта, имеется нехватка лекарств, необходимой медицинской аппаратуры, нередко присутствует атмосфера бесперспективности и даже безнадежности.

Возросло число врачей, эмигрирующих в зарубежье.

В последнее время резко возросло число врачей и медсестер, эмигрирующих в ближнее и дальнее зарубежье. В основном уезжают в Россию и Казахстан. Наибольший отток специалистов за пределы республики отмечался по Иссык-Кульской и Баткенской областям. Часть врачей уходит в частные медучреждения, другая – работать в сферы, не связанные с медициной. Одной из главных причин аналитики называют низкую заработную плату. Выезжают медицинские работники со стажем более 10–15 лет, так как там наиболее востребованы специалисты с дипломом советского образца до 1992 года.

По данным Минздрава, на 1 апреля 2016 года в Джалал-Абадской области не хватает 189 медицинских специалистов, в Баткенской области – 123, в Ошской – 181, в Нарынской – 120, в Таласской – 120, в Иссык-Кульской области – 137, в Чуйской области – 151 [6].

Следует отметить, что во времена Союза Кыргызский государственный медицинский институт ценился очень высоко и входил в десятку сильнейших вузов. Врачи-гинекологи в Таласской области получили приглашение в Ямало-Ненецкий округ России в город Салехард. Обещают зарплату 120 тысяч рублей, квартиру и гарантию поступления детей на бюджетные отделения в Российские вузы Москвы и Санкт-Петербурга. Приглашают в Казахстан, на работу с зарплатой 190 тысяч тенге и соцгарантиями. Социальная и бытовая неустроенность вынуждает молодых врачей, да и врачей с опытом работы, покидать Кыргызстан. На сегодня из обученных работает 1432 сертифицированных семейных врача, более половины выехали за пределы страны или сменили работу. 89% из работающих врачей общей практики/семейных врачей - люди предпенсионного и пенсионного возраста со стажем работы более 40 лет [7].

Большое значение в работе врачей имеет повышение их квалификации. В медицине недостаточно иметь высшее образование, знания необходимо всегда обновлять. Эффективность учреждения зависит и от профессионального роста сотрудников, приобретения ими обновленных знаний и навыков. Необходимо непрерывно призывать персонал. Повышение квалификации делает сотрудников учреждения конкурентоспособными на рынке труда. Отсутствие системы регулярного повышения квалификации и обучения сотрудников приводит к моральному устареванию и износу рабочей силы. Повышение квалификации – это обучение сотрудника с целью углубления и усовершенствования уже имеющихся у него профессиональных знаний, необходимых для определенного вида деятельности [8].

Это представляет определенные трудности, так как сейчас средств на повышение квалификации не выделяются, и за любое обучение врач должен платить из собственного кармана. Особенно обременительно это для врачей из регионов. Все это

означает, что требуются дальнейшие улучшения действующей системы оценки и оплаты труда медицинских работников, обеспечение четкой и непосредственной зависимости получаемой ими заработной платы и механизма поощрения от степени сложности выполняемой работы и качества оказываемой медицинской помощи.

Основой мотивации труда в медицине является отказ от повременной системы оплаты труда и внедрение ее сдельной формы.

Итак, основой мотивации труда в медицине является отказ от повременной системы оплаты труда и внедрение ее сдельной формы в различных модификациях. Критерием оценки труда медицинского работника является здоровье пациента после лечения. Источником начисления дополнительной заработной платы, может стать фонд создаваемый за счет платных услуг (пример - Турции) [9].

Оборотные средства или возобновляемые фонды формируются путем сбора средств в государственных учреждениях. Государственные медицинские учреждения устанавливают финансовые связи с государственными и частными организациями, а также с отдельными гражданами, от которых получают плату за оказанные медицинские услуги. Полученные таким образом доходы распределяются между работниками медицинского учреждения. Вторая часть заработной платы абсолютно независима от государственного участия. Иногда этот дополнительный доход может намного превышать размер основной заработной платы [9].

В положении о премировании учреждения здравоохранения должны быть предусмотрены показатели премирования как по структурным подразделениям, так и по отдельным должностям, исходя из утвержденных показателей деятельности работников этих должностей.

Премирование работников здравоохранения, прежде всего, должно быть направлено на повышение материальной заинтересованности работников в оказании качественной медицинской помощи населению, в достижении наилучших результатов труда. Премия не всегда носит регулярный характер, а выплачивается по мере достижения каких-либо конкретных результатов труда. Премии должны выплачиваться за счет премиального фонда, входящего в состав фонда заработной платы, который создается в учреждении за счет средств различных источников финансирования (платная медицинская деятельность, средства ОМС, бюджетные средства и др.) [10]. В Кыргызстане необходимо легализовать платные медицинские услуги и средства, поступившие за счет платных услуг, использовать в качестве источника дифференциации оплаты труда медицинских работников.

Эффективность учреждения зависит и от профессионального роста сотрудников, приобретения ими обновленных знаний и навыков.

Выводы:

- В сфере медицинских услуг в государственных лечебных учреждениях нет полноценных экономических отношений, и управление здравоохранением осуществляется на административных методах.

- Здравоохранение работает по повременной системе, где оплата труда не зависит от объема и качества выполненных работ.

- 93% врачей не устраивает их низкая заработная плата.

- Современная система оплаты труда порождает проблемы кадрового характера: специалисты делают выбор в пользу негосударственных учреждений.

- Возросло число врачей и медсестер, эмигрирующих в ближнее и дальнее зарубежье.

- В Кыргызстане заработная плата врачей состоит из гарантированной и дополнительной заработной платы. Ее выплата осуществляется за счет единственного источника – фонда оплаты труда.

• Стимулирование качества труда не выходит за рамки фонда оплаты труда. Премирование работников здравоохранения производится за счет экономии фонда оплаты труда.

• В качестве источников мотивации предлагается использовать легализованные платные услуги, выручка из которых должна остаться в больнице или поликлинике как дополнительный источник оплаты труда.

• В системе оплаты труда необходимо создать материальные стимулы, для повышения профессионального уровня.

• Основой мотивации труда в медицине должно быть сочетание повременной системы оплаты труда с ее сдельной формой в различных модификациях.

• Сдельная оплата рассчитывается на основе количества оказанных медицинских услуг и затрат времени на их выполнение.

• Сдельная форма оплаты труда предусматривает награждение отличившихся работников вне системы оплаты труда.

• В лечебном учреждении должно быть разработано положение о премировании, содержащее в себе условия и показатели премирования медицинских работников.

Литература

1. Данные ФОМС КР за 2014 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: ffoms.ru/ (дата обращения: 30.09.2016).
2. Результаты анкетирования врачей и пациентов в рамках проекта «Экономический анализ системы здравоохранения Кыргызстана», проводимого в КТУ Манас в 2014 году.
3. Данные ФОМС КР за 2010 - 2015 годы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: ffoms.ru/ (дата обращения: 30.09.2016).
4. Мурзалыева Г. и др. «Оценка существующего механизма распределения дополнительной заработной платы в организациях здравоохранения КР». [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.hpac.kg/nasha.../dokumenty-po-issledovaniyam/ (дата обращения: 30.09.2016).
5. Самоукина Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных затратах. / В сборнике практических инструментов. / М.: Эксмо, 2011.
6. Данные МЗ КР за 2016 год.
7. Необходимо безотлагательно остановить отток семейных врачей - специалистов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://zdorovie.akipress.org/news:21995/> (дата обращения: 30.09.2016).
8. Зайцева Т. В. Управление персоналом. Учебник Т. В. Зайцева, А. Т. Зуб. М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2008.
9. Çetin A. C., Sağlam H., 2007. Performansa Dayalı Döner Sermaye Prim Sistemi Uygulamasının Hizmet Sunumuna, Sağlık Çalışanlarına ve Hasta Memnuniyeti Üzerine Etkileri: Isparta Sağlık Ocaklarında Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 5, 56-78, Isparta.
10. Условия оплаты труда работников организаций здравоохранения Кыргызской Республики. Постановление Правительства Кыргызской Республики № 411 от 6 июня 2006 года.

Model of product distribution channels in business systems management system

Chigrov A. (Russian Federation)

Модель каналов товародвижения в системе управления бизнес-системами

Чигров А. С. (Российская Федерация)

Чигров Александр Сергеевич / Chigrov Alexandr – старший преподаватель, кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий, Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва

Аннотация: в статье рассматриваются модели каналов товародвижения в различных видах бизнес-систем. При этом предлагается новый подход к построению архитектуры управления компанией с включенной цепочкой товародвижения. Подробно рассматриваются инструменты визуализации и методика построения архитектуры управления компанией с включенной цепочкой товародвижения, учитывая сложность и важность цепочки товародвижения в бизнес-системах. Построен пример структуры управления подразделениями, отвечающими за вспомогательные бизнес-процессы цепочки товародвижения.

Abstract: the article considers the model of product distribution channels in different kinds of business systems. At the same time, we propose a new approach to the construction of the company's management architecture-enabled product distribution chain. We considered in detail visualization tools and methods of construction of the company's management architecture-enabled product distribution chain. The complexity and importance of goods movement chain in business systems are given. An example of the management structure of departments responsible for supporting the business processes of goods movement chain.

Ключевые слова: модель каналов товародвижения, бизнес-система, архитектура системы управления, моделирование бизнеса, структура системы управления, бизнес-процессы.

Keywords: model of product distribution channels, business system, control system architecture, business modeling, structure, management system, business processes.

Товар – продукт труда, произведённый для продажи и способный удовлетворить потребности клиентов. Продукт – результат материального или нематериального производства, имеющий целевое значение и качественные свойства, в связи с которыми он может служить предметом потребления. Услуга действие либо комплекс действий, производимых одним лицом для другого или в его интересах с целью достижения желаемого результата за определённую плату.

Модель каналов товародвижения - описание каналов движения товаров между участниками бизнес-системы. Данная модель входит в состав моделей, которые используются для построения бизнеса-архитектуры организаций. Бизнес-архитектура - совокупность взаимосвязанных элементов и проекций деятельности организации (проекты, процессы, ресурсы, организационные структуры и т. д.), которые можно представить в виде описательных (визуальных) моделей с целью дальнейшего совершенствования системы управления [1, с. 40].

Очевидно также, что, помимо ключевой роли в формировании бизнес-архитектуры предприятия, создание и развитие модели каналов товародвижения также должно являться неотъемлемой частью системы управления владельческими рисками как ключевого механизма взаимодействия организации с внешней средой и анализа факторов и угроз внутренней среды [9, с. 149].

Участник бизнес-системы, изготавливающий продукцию, закупает требуемые ресурсы у поставщиков. Количество поставщиков, ресурсов и производителей зависит от ассортимента предоставляемых продуктов и услуг. Далее продукция поступает участнику, занимающемуся ее реализацией. После этого возможны два варианта развития событий:

1. Если товар нуждается в переработке, то канал товародвижения увеличивается на стадии, которые проходит товар, являясь сырьем, в процессе преобразования в продукт. Этот вариант содержит короткий этап – упаковка готового продукта.

2. Если товар не нуждается в переработке и не является сырьем для конечного продукта, то есть сам товар является конечным продуктом, то следующими этапами канала товародвижения становятся хранение и реализация товара. В этом случае, этап с упаковкой готового товара может отсутствовать. Все зависит от вида поставляемого готового товара (в упаковке/без упаковки), а также от затрат, которые несет в себе процесс упаковки. Если возможен выбор в закупке товара в упаковке или без, отталкиваться следует от стоимости процесса, а также от времени упаковки, чтобы не увеличить цикл товародвижения.

Очевидно, что для наиболее эффективного использования и формирования новых каналов товародвижения компании должны научиться в полной мере использовать преимущества, предоставляемые происходящими в мировой экономике процессами интеграции и интернационализации. При этом важно помнить, что указанные процессы являются крайне неоднозначными и противоречивыми, а, следовательно, ставят перед участниками торговых отношений задачи по обеспечению собственной экономической безопасности, реализация которых в значительной степени зависит от эффективности функционирования систем управления владельческими рисками каждого из них [5, с. 220].

Следующим важным этапом канала товародвижения является хранение готовой продукции. Оно всегда производится в зависимости от специфики компании и товара, который она хранит. Продукция может храниться в холодном или теплом складе, при разной температуре, в различных емкостях и т. д. Складского помещения может и не быть. Например, готовая продукция может размещаться сразу в витрину. Но, несмотря на различия хранения, этот этап товародвижения является одним из важнейших и несет в себе определенную добавленную стоимость конечного продаваемого продукта.

Продажа продуктов возможна напрямую клиентам – физическим или юридическим лицам или через определенных агентов (например, дилеры, занимающиеся продажей автомобилей, или продуктовые магазины, реализующие продукцию торговых сетей).

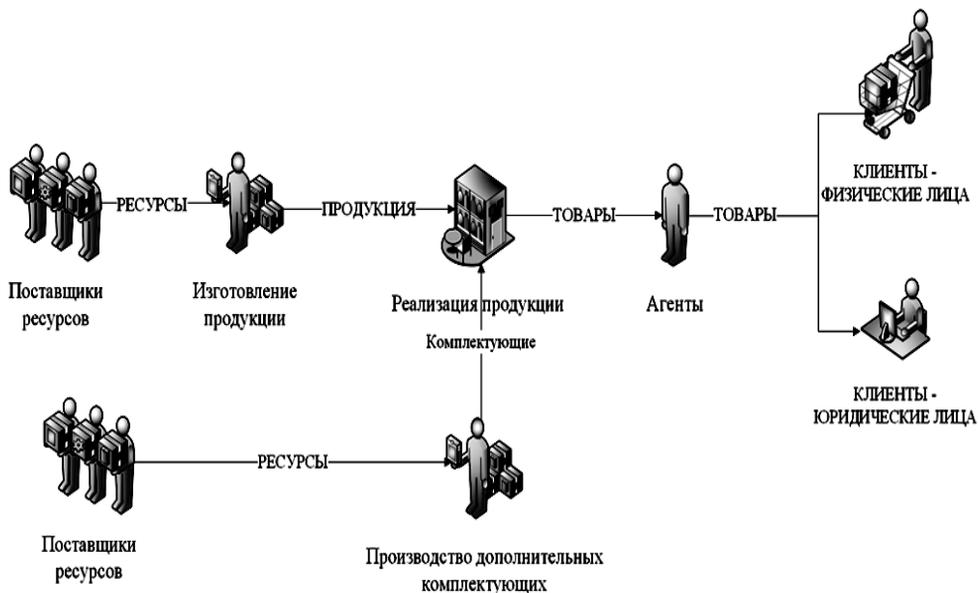


Рис. 1. Пример построения модели каналов товародвижения

Продажа продуктов клиентам - физическим лицам, напрямую связана с необходимостью управлять процессом их реализации в розничной сети. Большую роль в этом процессе играет необходимость понимания поведения клиентов в розничной среде [6, с. 210].

В настоящее время, в науке и практике, изучается поведение потребителей в розничном пространстве с точки зрения таких показателей, как время, проведенное покупателем в розничном магазине, скорость их передвижения, или расстояние, пройденное покупателями в магазине. Установлена связь данных переменных с продажами. Таким образом, скорость приобретения товаров влияет на характеристики цепочки товародвижения [7, с. 275].

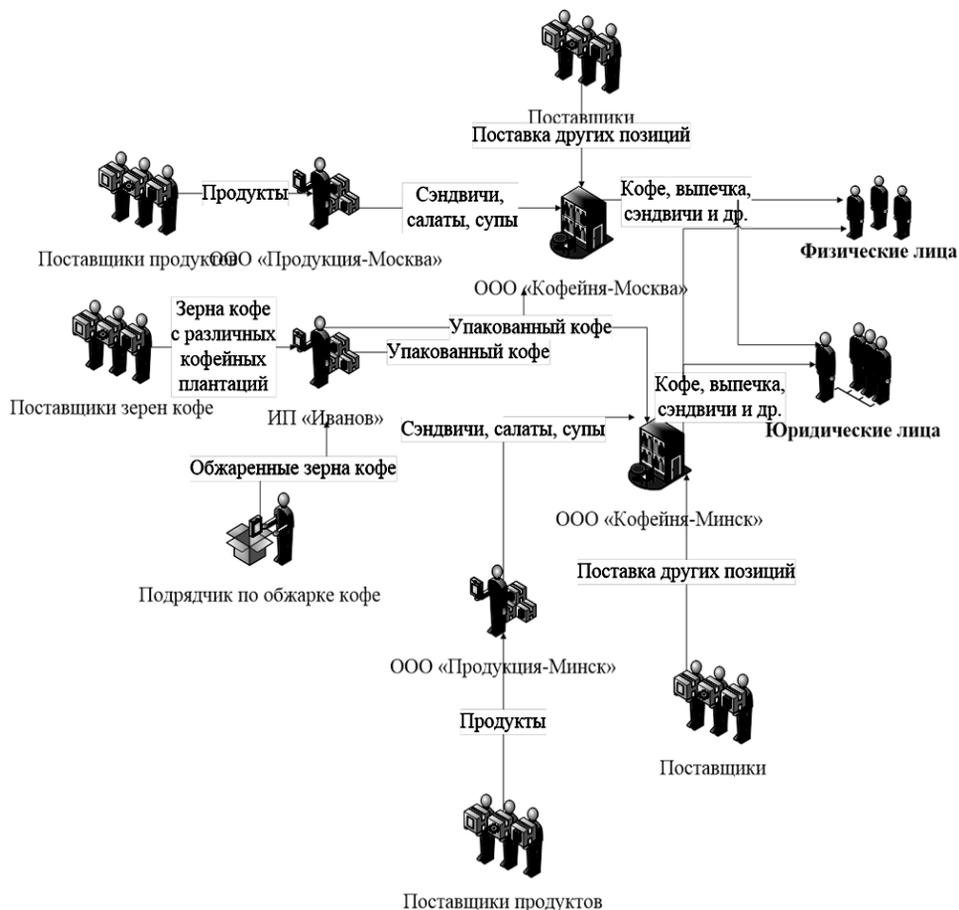


Рис. 2. Архитектура управления компанией, с включенной цепочкой товародвижения

Зерна кофе с различных кофейных плантаций изначально поступают индивидуальному предпринимателю «Иванов». Далее ИП «Иванов» обращается за услугами третьих лиц по обжарке зерен и получает обжаренные зерна в соответствующей фирменной упаковке. Упакованные зерна кофе передаются ООО «Кофейня-Москва», где используются для приготовления кофейных напитков либо продаются в розницу.

ООО «Продукция-Москва» получает от поставщиков необходимые продукты для приготовления блюд в меню сети кофеен. Приготовленная продукция поставляется в кофейни. Также возможна поставка дополнительной продукции в кофейни, которая закупается у поставщиков, не входящих в группу компаний сети. Конечными потребителями продукции сети являются физические и юридические лица, осуществляющие заказ в кофейнях.

Такой же принцип движения товаров реализуется для кофеен в Минске. ООО «Продукция-Минск» закупает продукты у поставщиков и изготавливает требуемые позиции меню для ООО «Кофейня Минск». Упакованные зерна кофе в кофейни также поставляет ИП «Иванов».

В качестве методики анализа товародвижения можно использовать традиционные показатели.

Таблица 1. Методика анализа организации товародвижения в рамках подразделения торговой сети¹

Аспект	Показатель	Расчет	Примечание
Эффективность организации цепи товародвижения	Коэффициент звенности	$K_{зв} = \frac{T_{оброз}}{T_{обобщ}}$, где $T_{оброз}$ — оптовая продажа непосредственно розничным торговым организациям (товарооборот без посредников), тыс. руб.; $T_{обобщ}$ — общая реализация розничным торговым организациям без посредников и оптовым организациям торговли — посредникам между производителями и розничными торговыми организациями, тыс. руб.	Значение стремится к единице, если оптовые звенья уменьшают количество посредников на пути товародвижения, соответственно значение коэффициента, равного одному, означает, что реализация происходит без посредников
		$K_{sn} = \frac{S_{xpr}}{S_{общ}}$, где S_{xpr} — площадь склада, используемая для хранения товаров м2; $S_{общ}$ — общая площадь склада предприятия, м2	Характеризует степень эффективности использования складской площади
Эффективность складского хозяйства	Коэффициент оборачиваемости и товаров на складе	$K_{об} = \frac{T_{об}}{T_{зск}}$, $T_{об}$ — товарооборот за определённый период, тыс. руб.; — средний товарный запас склада за определённый период, тыс. руб.	Увеличение данного показателя в динамике свидетельствует об ускорении цикла товародвижения посредством мероприятий, стимулирующих реализацию товаров
	Средняя продолжительность хранения товаров на складе	$T_{xp} = \frac{T_{зск}}{T_{об}} \times T_{пер}$, где $T_{пер}$ — количество дней в исследуемом периоде, дни	Уменьшение данного показателя свидетельствует об ускорении оборачиваемости поступаемых товаров, снижении риска затоваривания складов
	Коэффициент полезной площади склада	$K_{об} = \frac{T_{об}}{T_{зск}}$, где $T_{зск}$ — средний товарный запас торгового зала за определённый период, тыс. руб.	Увеличение данного показателя свидетельствует об ускорении оборачиваемости товарных запасов в торговом зале
Анализ эффективности работы торгового зала	Коэффициент установочной площади	$K_y = \frac{S_{об}}{S_{торг}}$ где $S_{об}$ — площадь, занятая торговым оборудованием, м2	Оптимальное значение 0, 27- 0,3
	Коэффициент оборачиваемости и товаров в торговом зале	$K_{об} = \frac{T_{об}}{T_{зск}}$ где $T_{зск}$ — средний товарный запас торгового зала за определённый период, тыс. руб.	Увеличение данного показателя свидетельствует об ускорении оборачиваемости товарных запасов в торговом зале
	Средняя продолжительность хранения товаров в торговом зале	$T_{xp} = \frac{T_{зск}}{T_{об}} \times T_{пер}$	Уменьшение показателя свидетельствует об ускорении цикла товародвижения
	Коэффициент наполнения витрины	$K_{от} = \frac{Q_v}{Q_{общ}}$, где Q_v — количество товарных позиций определённого вида, выставленных на витрине; $Q_{общ}$ — общее количество товарных позиций определённого вида, имеющихся на предприятии	Значение, равное единице, означает, что на витрине полностью представлен имеющийся ассортимент

¹ Подольная С. И. Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей // Молодой ученый, 2014. № 9. С. 304-307.

К числу показателей эффективности складского хозяйства, позволяющих проанализировать организацию внутри обособленного подразделения розничной торговли относятся следующие: коэффициент полезной площади склада; коэффициент оборачиваемости товаров на складе; средняя продолжительность хранения товаров на складе. Аналогично расчёту оборачиваемости товарного запаса и средней продолжительности его хранения для склада рассчитываются аналогичные показатели для торгового зала. Обеспечение выставления всех товаров, имеющихся в наличии, позволяет стимулировать продажи, а, следовательно, позволяет ускорять движение товаров и сокращать цикл товародвижения и увеличивать товарооборот. Для анализа степени выставления товара на витрине можно использовать коэффициент наполнения витрины, рассчитываемый в первую очередь для наиболее оборотообразующих товарных групп. Для того чтобы определить, какие именно товарные группы являются таковыми, используется инструмент ABC-анализ. Таким образом, вопрос организации товародвижения в рамках подразделения розничной торговой сети является важным аспектом изучения технологических процессов сетевой розничной торговли и нуждается в наиболее подробном изучении в таких дисциплинах, как маркетинг, логистика, торговое дело. Важным также является разработка алгоритма анализа организации товародвижения на подразделениях. Предложенная в данной статье методика может быть использована как базис при анализе эффективности процессов товародвижения, осуществляемых на этапах перемещения товарного потока внутри предприятия, начиная с приёмки товара и заканчивая его поступлением в сферу потребления¹.

Процесс товародвижения всегда нуждается в сопровождении, которое выражается в процессах обеспечения:

1. Информационные технологии;
2. Финансовая служба;
3. Бухгалтерий;
4. Служба маркетинга;
5. Юридическое сопровождение;
6. Служба персонала;
7. Служба безопасности;
8. Аналитика и стратегическое планирование;
9. Служба строительства и эксплуатации и т.д.

Повышение эффективности реализации процессов товародвижения возможно за счет применения процессно-проектного подхода. Процессно-проектное управление определяется как деятельность по организации управления проектами в бизнес-системах при переходе к шестому технологическому укладу с использованием информационных технологий [2, с. 55].

Рассматривая в качестве примера торговую организацию, можно отобразить вспомогательные подразделения схематично.

Таким образом, цепочка товародвижения может быть представлена линейно и не противоречить временным промежуткам.

Тогда как процессы обеспечения пронизывают каждый из этапов движения товара. То есть, информатизация необходима и на этапе закупки сырья, и на этапе переработки сырья, и на этапе продажи готового продукта и так далее. Некоторые процессы обеспечения могут запускать цепочку товародвижения, например, бюджетирование и планирование. Однако, заканчивается цепочка товародвижения, как правило, в магазине, где на поведение потребителей большое влияние оказывают факторы организации розничного пространства, в том числе такие, как направление движения потоков клиентов в магазине [9, с. 306].

¹ Подольная С. И. Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей // Молодой ученый, 2014. № 9. С. 304-307.

Модель каналов товародвижения является одной из моделей бизнес архитектуры с участниками-партнерами [11]. В этой модели отражаются ресурсы, необходимые для производства продукта или услуги, поставщики ресурсов, производители продуктов или услуг, а также сами продукты или услуги и их основные потребители. Модель каналов товародвижения позволяет представить создание ценности для клиента с позиции рассмотрения движения составных элементов конечного продукта. Это позволяет применять представленные выше показатели эффективности организации товародвижения (Таблица 1).

Модель каналов товародвижения, как и другие модели архитектуры систем управления формирует основу для совершенствования деятельности организации, осуществления оптимизации и т.д. [3, с. 174].

В свою очередь, модель каналов товародвижения оказывает влияние на формирование маркетинговой стратегии, управление цепочкой поставок, управление развитием продукта и процесс управления взаимоотношениями с клиентами. Все эти процессы могут быть оптимизированы с позиций финансовых результатов [10, с. 76-80].

В современных условиях очевидно, что процесс формирования модели каналов товародвижения, должен являться составной частью создания и развития с одной стороны организационно-экономического механизма управления реализацией промышленной политики, а с другой - систем управления владельческими рисками [8, с. 87].

Литература

1. *Ляндау Ю. В.* Бизнес-архитектор: построение систем управления. М.: Издательство «Русайнс», 2016. 140 с.
2. *Ляндау Ю. В.* Процессно-проектное управление организациями комплекса ЖКХ. Вестник РЭУ имени Г. В. Плеханова. № 4 (70), 2014.
3. *Ляндау Ю. В., Пономарев М. А.* Процессное управление и инновации в ресторанном бизнесе. Менеджмент сегодня. № 3, 2011.
4. *Хачатурян М. В.* Источники и противоречия глобализации // Наука сегодня: теория, практика, инновации коллективная монография в 9-и томах. Том 7. Ростов-на-Дону, 2015. С. 214-239.
5. *Kholod M., Yada K.* An Examination of the Impact of Neurophysiologic and Environmental Variables on Shopping Behavior of Customers in a Grocery Store in Japan. *Frontiers in Artificial Intellegince Applications*, 2012. Vol. 243. P. 2099–2103.
6. *Kholod M., Nakahara T., Azuma H., Yada K.* The Influence of Shopping Path Length on Purchase Behavior in Grocery Store. *Knowledge-Based and Intellegent Information Engineering Systems*, 2010. Vol. 3. P. 273–280.
7. *Хачатурян М. В.* Специфика исследования организационно-экономического механизма управления промышленной политикой в современной рыночной экономике//Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, 2016. № 1 (85). С. 81-87.
8. *Хачатурян М. В.* К проблеме трансформации систем управления владельческими рисками // Экономика и предпринимательство. № 2 (ч. 2) (67-2), 2016. С. 1146-1151.
9. *Kholod M., Takai K., Yada K.* Clockwise and Anticlockwise Directions of Customer Orientation in a Supermarket :Evidence from RFID Data *Knowledge-Based and Intellegent Information Engineering Systems*. Vol. 3. P. 304–309, 2011.
10. *Масленников В. В.* Формирование партнерских отношений в предпринимательской деятельности (вопросы теории и практики). Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва, 1998.
11. *Масленников В., Лауга С.* Оптимизация финансовых результатов работы оптовой фирмы. Маркетинг, 1999. № 4. С. 72-81.

Territorial marketing as a source of increasing of the region's attractiveness

Ivanov N. (Russian Federation)

Территориальный маркетинг как источник повышения экономической привлекательности региона

Иванов Н. А. (Российская Федерация)

*Иванов Николай Александрович / Ivanov Nikolay – аспирант,
кафедра маркетинга, экономический факультет,
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва*

***Аннотация:** в статье раскрываются аспекты использования территориального маркетинга в целях формирования и укрепления экономической привлекательности региона. Определена сущность маркетинга территорий, обоснована необходимость его использования в современном муниципальном менеджменте. Рассмотрены составляющие территориального маркетинга, инструменты его реализации и показатели для оценки его влияния на экономическую привлекательность региона.*

***Abstract:** the article describes the aspects of using of territorial marketing in order to form and strengthen the economic attractiveness of the region. The essence of marketing areas is determined in the article as well as the necessity of its using in the modern municipal management. The components of the local marketing, the tools of its implementation and indicators for measuring of its impact on the economic attractiveness of the region are also considered in the article.*

***Ключевые слова:** территориальный маркетинг, брендинг, маркетинг региона, экономическая привлекательность, региональная политика, стратегия развития региона.*

***Keywords:** territorial marketing, marketing of the region, economic attractiveness, regional policy, branding, the strategy of development of the region.*

Развитие любой страны обусловлено целым рядом как внешних, так и внутренних факторов. Внутренние факторы формируются под воздействием различных составляющих, среди которых – уровень развития территориальных образований страны. То есть развитие страны во многом обусловлено развитием её отдельных территорий – областей, провинций, округов. Интерес к территориальному развитию в российской научной среде только растет, при этом за рубежом данная тема достаточно глубоко освещена и активно изучается. В качестве одной из важнейших составляющих территориального развития и его эффективным инструментом выступает территориальный маркетинг.

Актуальность изучения территориального маркетинга в качестве источника повышения экономической привлекательности региона заключается в его значительном потенциале и пользе, как для самой территории, так и страны в целом. Кроме того, эффект мероприятий территориального маркетинга распространяется на все группы населения региона, положительно отражается на уровне жизни населения и многих экономических и социальных показателях региона.

Необходимость применения территориального маркетинга в целях укрепления экономической привлекательности региона обусловлена еще и тем, что в данный момент идет усиление самостоятельности регионов с точки зрения обеспечения их жизнедеятельности и распоряжения имеющимися ресурсами. Рост самостоятельности регионов приводит, в свою очередь, к усилению конкуренции между административными субъектами страны. Это ведет к необходимости поиска эффективных путей достижения и поддержания различных социально-экономических

преимуществ региона и формированию общей самостоятельной стратегии развития территории. Частью данной стратегии является территориальный маркетинг.

Понятие «территориальный маркетинг» освещено в трудах многих исследователей. Существует несколько подходов к определению сути данного понятия. Территориальный маркетинг может быть определен как некоторая стратегия продвижения региона для внешних потребителей, как комплекс мер по улучшению имиджа территории, а также как инструмент улучшения общественного мнения о регионе [1, 8, 16]. Некоторые исследователи понимают под территориальным маркетингом определенную философию развития региона, подчиненную целям продвижения и информационно-туристического развития региона [5]. Но данное определение представляется не совсем верным, так как развитие региона не может быть обеспечено только за счет инструментов территориального маркетинга. Существует подход, согласно которому территориальный маркетинг понимается как способ определения и поддержания определённых выгодных позиций региона по отношению к другим регионам [9].

Таким образом, сущность территориального маркетинга заключается в комплексе определённых мероприятий маркетингового характера, основанных на анализе текущего положения региона по определённым параметрам и направленных на формирование положительного мнения о данном регионе у всех заинтересованных лиц.

При определении понятия «территориальный маркетинг» необходимо определить его цель. Исследователи выделяют в качестве целей маркетинга территорий: рост привлекательности региона для туристов и инвесторов, повышение экономических показателей региона, улучшение рейтинга региона среди других субъектов и прочее [14, 16]. Но данные цели не носят общий характер. Так как маркетинг территорий является частью стратегии развития региона, то и целью для него выступает цель самой стратегии развития региона – то есть повышение уровня жизни населения данной территории.

Данная цель может показаться далекой от самого территориального маркетинга, но именно она наиболее полно объединяет и обобщает все вышеперечисленные частные цели и включает их в себя, как составляющие. При этом именно повышение уровня жизни населения региона – это та цель, на которую должны быть направлены все действия региональных властей по всем направлениям, в том числе – и по маркетингу территории. Таким образом, цель территориального маркетинга – это повышение уровня жизни населения данной территории.

Задачи территориального маркетинга вытекают из специфики самой маркетинговой деятельности, а также его цели. Среди задач маркетинга территорий, как инструмента повышения экономической привлекательности, можно назвать следующие:

1. Выделение, рекламирование и продвижение преимуществ региональных товаров на внутреннем и внешнем рынках. Данная задача носит коммерческий, экономический характер и заключается в формировании положительного имиджа региональных товаров и услуг на рынках других регионов. Её достижение ведет к росту интереса инвесторов, потребителей и оптовиков к региональным продуктам, что соответственно повышает производство региональных товаров, заставляет производителей (как внутренних, так и из иных регионов) поддерживать и улучшать качество, увеличивает капитальные вложения в производственную сферу региона, позволяет увеличить число рабочих мест. Все эти результаты ведут к достижению основной цели территориального маркетинга – росту уровня жизни населения;

2. Привлечение в регион туристов, бизнес-партнеров, инвесторов. За счет формирования особого имиджа региона, информирования внешних субъектов о потенциале территории происходит рост интереса различных лиц к региону, что ведет к положительным изменениям в его экономической жизни за счет роста инвестиций, увеличения бизнес-активности и прочему;

3. Сохранение и развитие культурного наследия. Так, за счет специальных маркетинговых мероприятий происходит привлечение туристов в регион. При этом сам территориальный маркетинг предусматривает выявление объектов культурного наследия территории и их широкое продвижение. Это позволяет привлечь как финансовые ресурсы, так и общественное мнение к проблемам сохранения культурных ценностей территории. Кроме того, в рамках выполнения данной задачи территориальный маркетинг предусматривает проведение различных культурных мероприятий, способствующих развитию культурного наследия территории (например, концертов, фестивалей и праздников). В рамках данной задачи территориальный маркетинг также позволяет повысить уровень жизни населения территории, так как культура является неотъемлемой составляющей полноценной жизни человека;

4. Сохранение и развитие человеческих ресурсов региона. Благодаря территориальному маркетингу должно происходить увеличение доли экономически активного населения (например, за счет притока рабочей силы из других регионов), рост профессионального уровня рабочей силы региона, развитие сферы образования, рост средней региональной заработной платы. Это ведет к формированию и укреплению экономической привлекательности региона и вместе с тем – позволяет практически напрямую достичь основной цели территориального маркетинга – роста уровня жизни населения;

5. Привлечение в регион финансовых ресурсов, что происходит за счет привлечения внешних заинтересованных лиц (инвесторов, потребителей), а также средств государственного бюджета. Это происходит благодаря формированию и развитию определенного положительного имиджа региона и выделения его преимуществ перед другими территориями.

Как можно видеть, большинство перечисленных задач территориального маркетинга напрямую касается экономического развития и привлекательности региона. В конечном счете, именно экономическая привлекательность формируется за счет мероприятий маркетинга территорий, так как вопросы развития бизнес-связей, производства, торговли и туризма, а также сохранения культурных и исторических ценностей и решение социальных проблем имеют в своей основе именно финансовые проблемы. Территориальный маркетинг позволяет частично решить проблему поиска финансовых ресурсов для выполнения социальных и экономических задач региона.

Таким образом, исходя из цели и задач территориального маркетинга, он может быть определен как часть региональной политики, касающаяся инструментов продвижения территории, направленная на формирование положительного мнения всех заинтересованных субъектов о потенциале региона, позволяющая привлечь в регион дополнительные финансовые ресурсы для решения социальных и экономических задач.

Для достижения экономической привлекательности региона через инструменты территориального маркетинга, он должен быть направлен на внешние субъекты. Субъектами территориального маркетинга в части формирования экономической привлекательности выступают: инвесторы, жители других регионов, органы власти, а также различные организации.

Так, инвесторы являются основной целевой аудиторией для большинства реализуемых в российских регионах на настоящий момент мероприятий территориального маркетинга. Экономическая привлекательность региона, в основном, и составляется из инвестиционной привлекательности. Кроме того, именно инвесторы способны потенциально создать значительный приток финансовых ресурсов в регион, признав тем самым экономическую привлекательность территории.

Жители других регионов, как субъекты территориального маркетинга, могут рассматриваться с двух основных позиций – как туристы и как потребители

региональных товаров и услуг. При этом экономическая привлекательность региона формируется благодаря различным мероприятиям: для туристов – это продвижение культурно-исторических объектов, формирование и реализация региональных событий (событийный туризм), а для потребителей – это обеспечение доступности и формирование привлекательности региональных товаров – в основном – на внешнем рынке. Как первое, так и второе имеют глубокие экономические последствия – рост производства региональных товаров, увеличение финансовых результатов региональных предприятий, приток средств за счет туризма – и увеличивает экономическую привлекательность региона. Кроме того, туризм выбран в качестве направления стратегического развития целым рядом регионов России, среди которых Псковская и Новгородская области, Республика Карелия и другие, что позволяет охарактеризовать туризм как потенциальный источник экономического благополучия территории.

Органы власти, как субъект территориального маркетинга, могут быть разделены на органы власти других регионов и органы государственной власти. С точки зрения формирования экономической привлекательности органы власти других регионов могут рассматриваться в качестве субъекта территориального маркетинга при формировании партнерских торгово-инвестиционных, а также культурно-туристических связей. При этом задачей территориального маркетинга выступает продвижение товаров и услуг региона, его привлекательности для межрегионального туризма, а также формирование образа надежного делового партнера.

Органы государственной власти при использовании территориального маркетинга выступают как инвесторы или распределители ресурсов. При этом мероприятия территориального маркетинга должны быть направлены на формирование такой позиции региона (имиджа), которая выгодно отличала бы его от других регионов с точки зрения регионального потенциала.

Организации, как субъект территориального маркетинга, могут быть разделены на коммерческие и некоммерческие. Для коммерческих организаций важно получение прибыли, поэтому с точки зрения маркетинга необходимо формирование такого образа региона, где выгодно вести бизнес, есть перспективы развития различных рынков товаров и услуг, существуют широкие инвестиционные возможности. Мероприятия по продвижению такого образа региона во многом и формируют экономическую привлекательность территории.

Исходя из цели и рассмотренных субъектов территориального маркетинга, он может быть определен как метод воздействия на внешних субъектов региона в целях достижения положительных эффектов для внутренних субъектов региона через использование маркетинговых инструментов.

Территориальный маркетинг как источник повышения экономической привлекательности региона должен быть основан на глубоком анализе текущего положения региона [2]. Это невозможно без определённых маркетинговых инструментов, широко известных с точки зрения микроэкономики. Предварительный анализ текущего состояния региона в целях определения его исходной экономической привлекательности представляется наиболее трудоемким этапом маркетингового планирования, требующим проведения значительного объема подготовительной и аналитической работы.

Так, для анализа текущей экономической привлекательности региона может быть использован ретроспективный анализ и анализ тенденций, предусматривающие изучение и обработку различной статической информации о регионе за некоторый период. При этом необходимо отметить, что чем шире набор статистических показателей и чем более длительный период проанализирован, тем точнее будут результаты анализа и выводы по ним.

Для целей формирования экономической привлекательности представляются обязательными такие показатели, как валовый региональный продукт, число

коммерческих организаций, а также финансовые результаты коммерческих организаций, величина экспорта товаров за пределы региона, размер импорта в регион и размер инвестиций в капитальное строительство. Результатом данного анализа будут выводы о развитии экономики региона за рассматриваемый период, на основе которых можно предусмотреть различные мероприятия по формированию или повышению экономической привлекательности на основе инструментов территориального маркетинга.

Еще одним методом анализа в целях территориального маркетинга может стать SWOT-анализ, который позволяет выявить слабые и сильные стороны развития региона, а также объективно определить угрозы и потенциал внешней среды по отношению к региону [2, с. 5]. При этом, сопоставляя преимущества и недостатки региона с его возможностями и угрозами, можно выработать не только общую стратегию территориального маркетинга, но и предложить конкретные мероприятия для её реализации в целях поддержания экономической привлекательности.

Для анализа исходного состояния региона при реализации территориального маркетинга также широко применяются рейтинги [10]. Данный метод анализа представляется достаточно простым и удобным, так как позволяет быстро определить уровень развития региона по какому-то признаку или комплексу признаков. Основой при этом выступает статистическая информация, которую можно не подвергать дополнительным методам обработки. Рейтинговый анализ основан на определении места региона среди других регионов по выбранному критерию и позволяет быстро определить относительный уровень развития территории. При этом именно рейтинговый анализ четко соответствует территориальному маркетингу, так как изначально подразумевает определение места региона среди других регионов, конкурирующих с ним по определённому критерию. А территориальный маркетинг как раз и ведет к укреплению конкурентоспособности региона по сравнению с другими регионами. Таким образом, построение рейтингов может широко применяться в целях территориального маркетинга. Если территориальный маркетинг рассматривается с точки зрения формирования и укрепления экономической привлекательности региона, то и в качестве критериев рейтингового анализа необходимо выбирать экономические показатели.

После определения текущего состояния региона необходимо выбрать цель территориального маркетинга и определить конкретные инструменты её достижения. Одним из инструментов реализации стратегии регионального маркетинга выступает брендинг. Брендинг территории – наиболее широко применяемый в данный момент инструмент маркетинга, который заключается в формировании определённого образа региона. То есть, бренд представляет собой стереотип восприятия рассматриваемой территории. Исследователи выделяют такие виды бренда, как исторический, туристический, культурный, но в целях формирования экономической привлекательности интерес представляет собой экономический бренд [3, 9].

Экономический бренд включает в себя образ территории с точки зрения её инвестиционного, финансового и производственного потенциала. При проведении экономического брендинга необходимо выявить особенности региона с точки зрения его экономических возможностей, или его конкурентные преимущества. Такими особенностями могут быть:

- приграничное положение, как возможность торгово-экономического сотрудничества с другими странами и развития транспортно-логистического бизнеса (может использоваться, например, Псковской и Ростовской областями, Хабаровским краем);

- особые характеристики производственных фондов региона (например, особые свойства почв, наличие пустующих производственных площадей и другое) как возможность организации особых видов производств (например, Ставропольский край – по наличию плодородных почв);

- наличие особых экономических зон как возможности организации бизнеса на особых условиях (например, Калужская и Липецкая области, где имеются особые экономические зоны промышленного типа, а также Ульяновская область (логистический тип особой экономической зоны) и Томская область (технологический тип особой экономической зоны);

- высокий процент экономически активного населения как обеспечение бизнес-проектов рабочей силой и возможность развития предпринимательства и образования в регионе (может быть использован для Пензенской области);

- наличие особых природных ресурсов, что обеспечивает возможность организации специализированных производств (например, для регионов Уральского федерального округа);

- исконная, историческая экономическая специализация региона, позволяющая закрепить за территорией определённую производственную специфику (Ивановская и Тульская области – как центры легкого и машиностроительного производства соответственно);

- центральное, ведущее или особое положение в округе или стране, что формирует больше возможностей для привлечения инвесторов, рабочей силы, туристов (актуально для Московской и Ленинградской областей, а также для Калининградской области) и др.

После выявления конкурентных преимуществ региона как основы бренда происходит формирование цели брендинга, а также его основного тезиса. В качестве тезиса выступает короткий лозунг, выражающий цель и сущность проведения брендинга. Затем вырабатываются конкретные мероприятия, позволяющие продвинуть и закрепить бренд за данной территорией [11].

С точки зрения формирования экономической привлекательности территории брендинг представляется высокоэффективным инструментом, что объясняет его широкое применение российскими регионами [12]. Брендинг позволяет определить место региона среди других субъектов страны и выделить его на фоне остальных. Эффективность брендинга обусловлена его относительной простотой. Так, особое качество найдется практически у каждого региона, а формирование тезиса и его закрепление и продвижение – уже дело конкретных маркетинговых мероприятий.

Близким к понятию бренда является имидж региона, который представляет собой результат реализации брендинга в течение определённого времени. Так, брендинг год за годом позволяет сформировать определённый образ региона, который является устойчивым, ярко выраженным и положительным. Это и есть имидж [11, с. 76]. При этом необходимо особо выделить, что важно формирование именно положительного имиджа. Как известно, имидж также может быть смешанным, противоречивым и негативным. Но целью маркетинга территорий является именно положительный имидж. Таким образом, имиджевая политика – то есть комплекс мер, направленных на формирование определённого имиджа региона, – является инструментом территориального маркетинга.

Говоря об инструментах территориального маркетинга, необходимо отметить его составляющие. Так, большинство исследователей делят территориальный маркетинг на маркетинг людей, маркетинг достопримечательностей, маркетинг инфраструктуры. Данное деление представляется несовершенным, так как касается, в основном, социально-туристического аспекта территориального маркетинга. С точки же зрения формирования и укрепления экономической привлекательности региона необходимо выделить чисто экономических составляющих территориального маркетинга. Таким образом, можно предложить следующее деление территориального маркетинга [9, 15]:

1. Маркетинг людей и обществ;
2. Маркетинг социально-культурных ценностей и объектов;
3. Маркетинг территориальной инфраструктуры;
4. Маркетинг региональной экономики.

При этом в целях данного исследования имеется целесообразность подразделения территориального маркетинга на следующие составляющие:

- маркетинг экономической инфраструктуры (продвижение особых экономических зон, региональных преимуществ ведения бизнеса, льгот, фондов; освещение мероприятий по поддержке бизнеса),
- маркетинг бизнеса (способствование налаживанию деловых контактов местного бизнеса для укрепления позиций, продвижение бизнеса в другие регионы, формирование условий для межрегионального партнерства),
- маркетинг рынка труда (формирование привлекательности регионального рынка труда для рабочей силы и работодателей),
- маркетинг региональных товаров и услуг (продвижение продукции местных товаропроизводителей на внутреннем и внешнерегionalных рынках),
- инвестиционный маркетинг (рекламирование инвестиционного потенциала региона);
- поддерживающий маркетинг (включает в себя комплекс маркетинговых мероприятий, позволяющих формировать экономическую привлекательность региона в целом, с учетом всех предыдущих составляющих маркетинга региональной экономики – например, экономические форумы, конференции, выставки и прочее).

Среди составляющих территориального маркетинга сложно выбрать основную и вспомогательные, так как для поддержания экономической привлекательности региона важны маркетинговые мероприятия по всем выделенным направлениям.

Реализация маркетинговых мероприятий региона должна носить определённую последовательность. Первым этапом представляется определение текущего состояния региона и степени развития территориального маркетинга. Исходное состояние региона может быть охарактеризовано с помощью различных инструментов анализа как позитивное, нейтральное, слабое и негативное. Далее формулируется цель территориального маркетинга, исходя из которой разрабатываются конкретные маркетинговые мероприятия. В качестве конкретных маркетинговых мероприятий могут выступать, помимо брендинга и формирования имиджа, событийный маркетинг и PR-технологии и коммуникации [4, 9, 16].

Преимуществом событийного маркетинга как инструмента территориального маркетинга является его универсальность. Данный инструмент может применяться и на тех территориях, где стратегия маркетинга только начала реализовываться и там, где территориальный маркетинг давно стал неотъемлемой частью региональной стратегии развития. Событийный маркетинг заключается в организации различных праздников, конференций, ярмарок и других региональных событий с обязательным информированием внешних заинтересованных лиц – например, туристов, органов власти соседних регионов и страны в целом, субъектов предпринимательства других территорий.

PR-технологии и коммуникации в качестве инструмента территориального маркетинга широко используются и предусматривают воздействие с внешними субъектами и организацию контактов с ними. Особенностью современного этапа использования PR-технологий в рамках территориального маркетинга является широкое применение Интернет-ресурсов и социальных сетей. Для целей укрепления экономической привлекательности региона данные способы маркетинговых коммуникаций позволяют обеспечить быстрый обмен информацией между субъектами территориального маркетинга, а также наиболее богато и актуально представить данные о регионе. Для этого используются официальные сайты регионов и городов, а также сайты и страницы в социальных сетях различных региональных событий. При этом важна именно актуальность и свежесть информации, представленной на информационных ресурсах – это основной критерий осуществления эффективной работы в данном направлении территориального маркетинга.

Таким образом, независимо от используемых инструментов и методов, стратегия маркетинга территорий в целях укрепления экономической привлекательности должна быть направлена на формирование устойчивого интереса к данному региону со стороны внешних субъектов власти и экономики. Необходимо отметить, что в зависимости от особенностей территории, её исходного состояния, а также выбранной цели реализации маркетинговой стратегии, методы и инструменты могут значительно различаться.

Заключительным этапом реализации стратегии территориального маркетинга является оценка эффективности её результатов, что позволяет определить положительные и отрицательные результаты и сформировать новую стратегию [12]. Определение эффективности территориального маркетинга для укрепления экономической привлекательности региона можно провести с помощью статистических методов анализа. При этом необходимо использование тех же методов, которые были применены на этапе формирования стратегии территориального маркетинга – это трендовый и ретроспективный анализ, SWOT-анализ, построение рейтингов и другие. Это позволит увидеть реальные изменения, произошедшие в положении региона до и после реализации маркетинговых мероприятий. При этом трендовый и ретроспективный анализ позволят увидеть непосредственный рост показателей экономического состояния региона. SWOT-анализ позволит увидеть движение в перечне сильных и слабых сторон территории – при этом число сильных сторон должно увеличиваться, число слабых сторон – меняться и сокращаться. Наиболее показательным в части определения эффективности мер маркетинга территорий представляется рейтинговый анализ. Используя экономические критерии, можно увидеть, насколько продвинулся регион за счет реализованных маркетинговых мероприятий относительно других регионов.

Но при проведении оценки эффективности региональных маркетинговых мероприятий нужно учесть, что развитие конкретной территории может быть обусловлено не только мероприятиями территориального маркетинга, но и другими объективными факторами. Это значительно затрудняет определение эффективности реализуемой стратегии территориального маркетинга. При этом выявить конкретные факторы формирования экономической привлекательности за счет маркетинга весьма затруднительно.

Для целей оценки эффективности реализуемой маркетинговой стратегии развития территории могут применяться интегральные показатели, которые позволяют минимизировать субъективное развитие региона и максимально полно учесть влияние мероприятий именно реализуемой стратегии [6]. Чтобы выделить такие показатели, необходимо ориентироваться на выделенные ранее составляющие маркетинга региональной экономики. Так, с точки зрения маркетинга экономической инфраструктуры показателями, характеризующими экономическую привлекательность региона, могут выступать экспортно-импортные квоты, индекс транспортно-логистической обеспеченности, уровень налоговой нагрузки предпринимательства, износ основных фондов. Маркетинг бизнеса характеризуется количеством предприятий с межрегиональным представительством. Блок маркетинга рынка труда может содержать такие показатели, как денежные доходы населения, уровень безработицы, доля экономически активного населения.

Таким образом, территориальный маркетинг представляет собой часть региональной политики, направленной на формирование положительного образа региона с точки зрения внешних субъектов в целях повышения уровня жизни внутри региона. Одной из задач территориального маркетинга является поддержание и укрепление экономической привлекательности региона. В качестве инструментов территориального маркетинга активно используются брэндинг территории, имиджмейкинг, PR-технологии и коммуникации. Основой формирования стратегии территориального маркетинга, а также критерием оценки эффективности его

мероприятий является оценка состояния региона, которая может быть проведена с помощью ретроспективного анализа, SWOT-анализа, а также построения рейтингов.

Реализация мероприятий территориального маркетинга позволяет укрепить экономическую привлекательность региона через формирование инвестиционной привлекательности, развитию человеческих ресурсов, продвижению экономической инфраструктуры на внутреннем и внешнем рынках. Процесс развития экономической привлекательности региона через реализацию маркетинговой стратегии позволяет усилить самостоятельность региона и является предпосылкой и результатом притока дополнительных экономических ресурсов в регион. Развитие региона в целом, укрепление его экономической привлекательности и использование маркетинга территорий, как части стратегии регионального развития, являются взаимообусловленными аспектами и должны быть подчинены единой цели.

Литература

1. *Анисимова П. М.* Понятие территориального маркетинга и его возникновение // Сельское, лесное и водное хозяйство, 2015. № 3 (42). С. 8-11.
2. *Билова А. А., Гастенова Е. В.* Территориальный маркетинг как фактор повышения инвестиционной привлекательности // Науковедение, 2015. Том 7. № 6. С. 1-7.
3. *Бодрова Ж. А., Логинов М. П.* Территориальный маркетинг как инструмент привлечения инвестиций // Маркетинг в России и за рубежом, 2015. № 4. С. 107-112.
4. *Бударина О. А.* PR как инструмент привлекательности регионов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2014. № 2 (58). С. 125-132.
5. *Горбатов С. А.* Территориальный маркетинг страны // Политика, государство и право, 2014. № 10 (34). С. 19-22.
6. *Егоров К. Ю.* Оценка эффективности реализации стратегии социально экономического развития региона // Вестник Самарского государственного экономического университета, 2010. № 10 (72). С. 10-16.
7. *Климова Т. Б., Вишневская Е. В.* Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий // Сетевой научно-практический журнал «Научный результат», серия «Технологии бизнеса и сервиса», 2014. № 2. С. 80-84.
8. *Кизеев В. М., Банникова М. А.* Территориальный маркетинг: общий обзор // Экономика и социум, 2014. № 4-3 (13). С. 435-438.
9. *Константиныди Х. А., Воробьева М. А., Рубин А. Г.* Теоретические аспекты применения маркетинга территорий в современных условиях // Вестник Адыгейского государственного университета, 2014. № 4 (151). С. 94-99.
10. *Кузнецова И. В.* Территориальный маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности муниципального образования // Концепт, 2014. Специальный выпуск. № 28. С. 1-6.
11. *Леонтьева Л. С., Фоменко С. А.* Бренд территории как один из источников увеличения доходов бюджета // Инновации, 2009. Специальный выпуск. С. 74-79.
12. *Логунцова И. В.* Теоретические обоснования создания сильных брендов современных территорий // Государственное управление. Электронный вестник, 2012. № 33. С. 1-10.
13. *Макарова Т. С.* О развитии брендинга в территориальном маркетинге // НаукаПарк, 2015. № 11 (41). С. 29-32.
14. *Назарова О. В.* Основные направления стратегии территориального маркетинга // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития, 2015. № 21. С. 139-143.
15. *Пикулёва О. А.* К вопросу о маркетинге и брендинге территорий // Телескоп, 2012. № 6 (96). С. 33-37.

16. Пророкова Е. А. Территориальный маркетинг: цели и аспекты внедрения // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике, 2015. № 3 (5). С. 433-435.

Methods of risk-management in advertising of insurance companies Grishina A.¹, Ivanov N.² (Russian Federation)

Методы управления рисками в рекламе страховых компаний Гришина А. С.¹, Иванов Н. А.² (Российская Федерация)

¹Гришина Алена Сергеевна / Grishina Alyona – студент-магистр;
кафедра управления рисками и страхования;

²Иванов Николай Александрович / Ivanov Nikolay – аспирант,
экономический факультет, кафедра маркетинга,

Московский государственный университет имени Михаила Васильевича Ломоносова, г. Москва

Аннотация: в статье рассматриваются основные методы эффективного управления рисками в рекламе, направленные на избежание возможных убытков от рекламной деятельности страховых компаний.

Abstract: this article includes the main methods of effective risk-management in advertising of insurance companies directed to avoidance of possible expenses from advertising activity.

Ключевые слова: избежание рисков, контроль рисков, финансирование рисков, рентабельность рекламы, структура доходов, структура расходов.

Keywords: risk avoidance, risk control, risk financing, profitability of advertising, incomes structure, structure of expenses.

С целью управления рисками в рекламе применяют следующие методы: избежание, контроль и финансирование рисков. В свою очередь, в качестве контроля рисков используют методы предотвращения убытков, уменьшения размера убытков, разделения, дублирования, диверсификации рисков. Методы финансирования рисков реализуются с помощью удержания и передачи.

Далее будет рассмотрен метод управления рисками в рекламе посредством их избежания. В данном случае важно разработать такой комплекс мер, который полностью исключит воздействие конкретного риска на рекламную кампанию. Например, «избежать риска» в рекламе позволит полный отказ от инвестиционной деятельности, уровень риска по которой достаточно высок. Для этого нужно выбирать верные каналы вложения денежных средств, которые будут приносить дополнительные доходы на разработку и реализацию рекламной стратегии, но отказываться от рискованных проектов, отрицательно влияющих на оптимальную структуру доходов и расходов страховой компании. Следует отметить, что делать выбор в пользу отказа от того или иного вида риска лучше на стадии принятия решения о вложении денежных средств в проект, поскольку это позволит избежать дополнительных издержек, которые отрицательным образом повлияют на рентабельность компании. Избежание рисков возможно при полном отказе от заключения сомнительных договоров с контрагентами: страховым компаниям необходимо проверять степень доверия к контрагентам со стороны других участников рынка. Перед тем, как компании делать выбор в пользу отказа от рисков в рекламе, необходимо взвесить все за и против данного решения: оценить вероятность полного избежания риска (высокая вероятность отказа от рисков позволяет фирмам делать выбор в пользу данного метода, низкая же, напротив, делает метод неэффективным); проанализировать соотношение прибылей и

убытков в страховой компании: на практике данная процедура известна как анализ P&L (Profit&Loss Analysis) (если ожидаемая прибыль значительно выше прогнозируемых потерь, то страховым компаниям нецелесообразно использовать избежание рисков, как метод, усиливающий финансовую стабильность)¹. Кроме этого нужно постараться оценить всевозможные последствия отказа от риска, поскольку отказ от риска зачастую способствует возникновению других рисков, которые могут нанести компании еще больший ущерб.

Для того чтобы прибегнуть к методу контроля рисков в рекламе страховых компаний, необходимо придерживаться ряда простых правил: стараться не использовать в больших объемах заемные средства на закупку рекламных материалов, не делать финансовых вложений в средства распространения рекламы, ранее не используемые страховыми компаниями; не осуществлять большой объем вложений денежных средств в рекламу в условиях нестабильности рынка. Стратегию контроля рисков в рекламе страховых компаний демонстрирует ситуация оплаты услуг исполнителя уже после того, как тот выполнил условия договора. Страховая компания заключает договор с рекламным агентством, которое является достаточно известным на рынке. Результатом их отношений является предоставление маркетингового исследования по продвижению нового страхового продукта на рынок. Оплата услуг рекламного агентства происходит после оказания их страховой компании в течение периода предусмотренного условиями договора. Как итог, страховая компания смогла проконтролировать весь процесс поставки услуг и предостеречь от воздействия финансовых рисков (риск неплатежеспособности партнера), обезопасив от возможных убытков (уменьшение размера убытков). Данный пример иллюстрирует то, что в некоторых случаях оплата услуг после их предоставления является эффективным способом контроля рисков, но это возможно не во всех ситуациях, поскольку компании, предъявляющие спрос на услуги, не всегда могут диктовать свои условия другим компаниям – поставщикам этих услуг. Помимо этого, в данном подходе важно смоделировать такую внутрифирменную атмосферу, при которой возможный ущерб от какого-либо вида деятельности не приводит к серии новых убытков. На практике реализовать данную стратегию позволяет диверсификация рисков в рекламе. Заключение договоров с несколькими рекламными агентствами, использование большого количества каналов распространения рекламы, выбор различных способов воздействия на целевую аудиторию – все это примеры способов, способствующих осуществлению контроля рисков посредством их диверсификации. Контроль рисков в рекламе происходит благодаря их дублированию: дублирование значимых объектов, которые подвержены воздействию рисков. Яркими примерами дублирования рисков в рекламе являются: хранение различных контрактов в защищенных местах; создание дополнительных мест хранения рекламных материалов страховой компании.

Далее будет подробно проанализирован метод передачи рисков, как часть стратегии по эффективному управлению рисками. При аутсорсинге ответственность за снижение вероятности наступления неблагоприятного исхода, влияющего на рекламу и маркетинг в страховании, перекладывается на другую организацию. Сам процесс передачи ответственности осуществляется посредством договора (контракта) между контрагентами. Например, ответственность за снижение продаж страхового продукта возлагается на агентство, занимающееся разработкой рекламной концепции страхового продукта и предлагающего реализовать комплекс мер, направленных на стимулирование спроса со стороны потенциальных потребителей на рынке товаров и услуг. Следует отметить, что данный метод эффективен в том случае, когда возможно определить потенциальные угрозы, за которые будет отвечать сторона, в пользу

¹ Тэпман Л. Н. Риски в экономике. М.: Юнити-Дана, 2002. 380 с.

которой была осуществлена передача рисков. При покрытии убытков на основе спонсорства происходит передача ответственности по несению риска спонсору, который частично его финансирует. В данном случае страховая компания может передать часть финансовых рисков в рекламе и маркетинге спонсору: сама страховая компания будет покрывать ущерб от инвестиционных рисков в рекламе, а спонсор будет нести ответственность за риски, связанные со снижением покупательной способности национальной валюты¹. Возможность использования данного метода зависит от интереса со стороны спонсора: готов ли он на безвозмездной основе взять на себя ответственность по предотвращению ущерба от конкретного риска². Таким образом, проанализировать эффективность данного метода возможно лишь после оценки предполагаемого ущерба, поскольку тогда станет понятно, произойдет ли софинансирование риска за счет спонсорства или же компании придется самостоятельно нести все издержки наступления неблагоприятного исхода.

Применение эффективных методов управления рисками в рекламе страховых компаний позволит избежать возможных убытков и сделать рекламу эффективной. Чтобы та, в свою очередь, стимулировала сбыт страховых продуктов, охватывала большую часть потребительской аудитории, способствовала повышению известности бренда компании на рынке страховых услуг, увеличивала конкурентоспособность страховщиков (увеличение доли рынка) и приводила к росту чистой прибыли от основной деятельности (уменьшение стоимости риска и увеличение эффективности использования средств организации).

Литература

1. *Котлер Ф., Келлер К. Л.* Маркетинг менеджмент. М.: Питер, 2014. 800 с.
2. *Зубец А. Н.* Страховой маркетинг в России. М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. С. 44
3. *Зубец А. Н.* Страховой маркетинг. М.: Издательский дом Анкил, 1998. 251 с.
4. *Гомелля В. Б., Архипов А. П., Туленты Д. С.* Основы страхования. М.: Финансы и статистика, 2006. 416 с.
5. *Тэпман Л. Н.* Риски в экономике. М.: Юнити-Дана, 2002. 380 с.
6. *Eva Martinez, Teresa Montaner, Jose M. Pina.* Brand extension feedback: The role of advertising // *Journal of Business Research* (62), 2009. P. 305 – 313.
7. *Kiandokht Hadadi, Mahmoud Khalid Almsafir.* The impact of on-line Advertising on Proton Sales among expatriates in Malaysia: International Conference on Innovation, Management and Technology Research, Malaysia, 22-23 September, 2013 // *Sociological and Behavioral Sciences* (129), 2014. P. 274–281.
8. *Philip Ward Burton, Scott C. Purvis.* Which Ad Pulled Best, 9th ed. (Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 2002).

¹ Зубец А. Н. Страховой маркетинг. М.: Издательский дом Анкил, 1998. 251 с.

² Гомелля В. Б., Архипов А. П., Туленты Д. С. Основы страхования. М.: Финансы и статистика, 2006. 416 с.

Tax on trading in securities by private investors

Khvan A. (Russian Federation)

Налогообложение частных инвесторов при торговле финансовыми инструментами

Хван А. А. (Российская Федерация)

*Хван Алексей Аликович / Khvan Alexey – бакалавр,
направление: организация работы с молодежью,
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
ведущий консультант по инвестициям,
Публичное акционерное общество Сбербанк,
Приморское головное отделение Сбербанка № 8635, г. Владивосток*

Аннотация: любая коммерческая деятельность в Российской Федерации подлежит налогообложению. Торговля ценными бумагами и производными финансовыми активами имеет специфичную систему налогообложения. Описывается налогообложение торговли ценными бумагами в РФ.

Abstract: any commercial activity in the Russian Federation is subject to taxation. Trading in securities and derivative financial asset has a specific system of taxation. Describes the taxation of securities trading in Russia.

Ключевые слова: налог, ценная бумага, дериватив, организатор торгов, инвестиции.

Keywords: tax, securities, derivative, market maker, investment.

Рост банковской ликвидности среди отечественных банков в 2016 году привел к резкому снижению процентных ставок по вкладам. Повышенные риски неуплаты по кредитам, в связи с ухудшающейся экономической ситуацией, повлияли на предложения по банковским депозитам. В надежде сохранить денежные средства, частные инвесторы вносили сбережения на банковские вклады, но сокращение уровня кредитования, ограничивают банки в их доходах. Тем самым заставляя банки уменьшать ставку по своим обязательствам перед вкладчиками.

В сложившейся ситуации население РФ решило воспользоваться альтернативами инвестирования в банковский депозит и перешло на прямое инвестирование в российские компании через ММВБ. Данная инициатива всячески поощряется Правительством РФ, и в целях повышения финансовой активности населения была внедрена система индивидуальных инвестиционных счетов. Основная задача индивидуальных инвестиционных счетов состоит в оптимизации налогообложения физических лиц при заключении сделок на фондовом рынке. Сделки, происходящие на индивидуальном инвестиционном счете, не облагаются налогом на доходы физических лиц.

Активными исследованиями в области налогообложения и финансового рынка занимается профессорско-преподавательский состав Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. Научная статья О. Ю. Ворожбит «Инвестиции физических лиц в ценные бумаги» послужила основой данной статьи [1]. В работе О. Ю. Ворожбит хорошо раскрыты виды расходов, засчитываемых по операциям с ценными бумагами, поэтому основной целью статьи стали анализ и раскрытие налогообложения ценных бумаг на финансовом рынке с точки зрения видов сделок, по которым выплачиваются налоги, и порядка оплаты налога на доходы физических лиц. Помимо анализа системы налогообложения по операциям с ценными бумагами, необходимо было обосновать целесообразность индивидуальных инвестиционных счетов, основой для этого послужила научная статья Е. В. Конвисаровой «Оценка тенденций применения специальных налоговых режимов в России» [2]. В статье Е. В. Конвисаровой рассматривались российские

системы налогообложения, и по аналогу преимущества упрощенной системы налогообложения по сравнению с вмененной системой налогообложения, была обоснована целесообразность внедрения индивидуальных инвестиционных счетов.

Налогообложение по купле-продаже ценных бумаг в РФ учитывается по системе ФИФО. ФИФО – это способ организации и манипулирования данными относительно времени и приоритетов. Это выражение описывает принцип технической обработки очереди или обслуживания конфликтных требований путём упорядочения процесса по принципу: «первым пришёл — первым обслужен» [3]. Особенность данной системы в том, что оценка налогооблагаемой базы происходит сначала по тем бумагам, которые были куплены раньше, а потом в порядке даты приобретения по возрастанию.

В соответствии со статьей 280 Налогового кодекса РФ, в российском законодательстве четко прописано деление ценных бумаг и производных финансовых инструментов на обращающиеся на организованном рынке и не обращающиеся на организованном рынке, в целях применения налогообложения. Организованными торгами чаще всего признаются биржи и торговые площадки. Обращающимися на организованном рынке признаются бумаги, соответствующие следующим критериям:

1. Бумага должна быть включена в котировальный список официально зарегистрированной торговой площадки или биржи.

2. Информация о ценах ценной бумаги публикуется в средствах массовой информации, и история об изменении цены может быть предоставлена по истечении не менее трех лет.

3. В течение трех месяцев, предшествующих дате совершения сделки, по ценной бумаге рассчитывалась рыночная котировка.

В отношении производных финансовых инструментов, чтобы быть признанными обращающимися на организованном рынке, должны выполняться следующие условия:

1. У организатора торгов должен быть четко прописан порядок заключения, обращения и исполнения сделок с производными финансовыми инструментами.

2. Цены по производным финансовым инструментам должны быть официально опубликованы в средствах массовой информации, а организатор торгов способен предоставить информацию об изменении цен за последние три года на производный финансовый инструмент.

Налоговая база по операциям с ценными бумагами и производными финансовыми инструментами, обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, определяются вместе с налоговой базой по ценным бумагам и производным финансовым инструментами, не обращающимися на организованном рынке ценных бумаг. Возможно объединение убытков, полученных на рынке ценных бумаг с убытками от торговли производными финансовыми инструментами.

Торговля ценными бумагами облагается 13% ставкой для резидентов физических лиц и 20% для резидентов юридических лиц [5]. Для нерезидентов налогообложение проходит по ставке 30% годовых. Дивиденды, полученные с акций, облагаются 13% ставкой для резидентов РФ и 15% для нерезидентов. Отсутствует налогообложение с купонов по государственным облигациям и отсутствует налог с дохода от торговли ценными бумагами, признанными ценными бумаги инновационных российских компаний, в случае владения ими свыше трех лет.

В целях привлечения частного капитала на фондовый рынок, Правительство РФ ввело Индивидуальные Инвестиционные Счета (далее - ИИС). ИИС – специальный брокерский счет, по которому любой гражданин может получить 13% налоговый вычет на внесенные средства. По ИИС возможно выполнение одной из двух налоговых льгот. Первая льгота, это возврат уплаченного с заработной платы НДФЛ, но не более 52 000 рублей в год. Вторая льгота - это возможность не уплачивать налог с полученного от торговли финансовыми инструментами дохода.

Индивидуальный Инвестиционный Счет обладает следующими особенностями:

1. Максимальная сумма пополнения ИИС до 400 000 рублей в год.
2. На ИИС возможна торговля ценными бумаги, производными финансовыми инструментами, иностранной валютой, ETF.
3. На ИИС может осуществляться доверительное управление, возможна покупка паев в ПИФ, формирование структурных продуктов.
4. Длительность существования ИИС должно быть не меньше трех лет, в противном случае полученные льготы должны быть возвращены обратно государству.
5. На ИИС перечисляются купоны по облигациям и дивиденды по акциям
6. У гражданина не может быть оформлено больше одного ИИС, за соблюдением этого требования следят как организаторы торгов, так и брокерские компании.
7. Возвратом уплаченного НДФЛ могут воспользоваться только официально трудоустроенные граждане.
8. Сумма возврата НДФЛ не превышает 52 000 рублей в год, при этом на ИИС должен находиться эквивалент налогооблагаемой базы
9. С ИИС невозможен частичный вывод денежных средств, выводится сразу вся сумма после чего ИИС закрывается.

Индивидуальные Инвестиционные Счета позволяют вернуть гражданам уплаченные налоги, что может отрицательно сказаться на налоговых отчислениях в бюджет, но для российской экономики прямые инвестиции граждан более значимы. Приток частного капитала стимулирует экономику, позволяет напрямую финансировать российские компании. С этой точки зрения Правительству РФ не требуется предоставления субсидий и дотаций из бюджета в счет корпораций, денежные потоки напрямую попадают в уставной капитал компаний или происходит выгодное облигационное кредитование.

Российская система налогообложения операций с ценными бумаги и производными финансовыми инструментами сбалансирована и учитывает специфику операций на фондовом рынке. В Налоговом кодексе РФ учтено налогообложение резидентов и нерезидентов, российской валюты и иностранной валюты, четко разграничены задачи налоговых агентов и частных инвесторов. Налогообложение действует на все виды операций существующих на рынке финансовых инструментов.

Литература

1. *Прокорьева Т. И., Ворожбит О. Ю.* Инвестиции физических лиц в ценные бумаги // *Современные проблемы науки и образования*, 2014. № 3. С. 401.
2. *Леликова Н. А., Конвисарова Е. В.* Оценка тенденций применения специальных налоговых режимов в России // *Современные проблемы науки и образования*, 2015. № 1-1. С. 619.
3. *Селивановский А. П., Азимова Л. Н.* Вопросы формирования законодательства о производных финансовых инструментах // *Рынок ценных бумаг*, 2003. № 19. С. 48–56.
4. *Сафонова Т. Ф.* Биржевая торговля производными финансовыми инструментами. М.: Дело, 2000. С. 544.
5. *Смирнов И. Е.* О законодательных проблемах производных финансовых инструментов // *Оперативное управление и стратегический менеджмент в коммерческом банке*, 2003. № 5. С. 10–14.
6. *Холкина М. Г.* Особенности регулирования инвестиционной деятельности на рынке ценных бумаг // *Правовая реальность в фокусе юридической науки и университетского просвещения*, 2008. С. 432-436.
7. Постановление ФКЦБ России и Минфина РФ от 11.12.2001 №32/108н «Об утверждении Порядка ведения внутреннего учета сделок, включая срочные

- сделки, и операций с ценными бумагами профессиональными участниками рынка ценных бумаг, осуществляющими брокерскую, дилерскую деятельность и деятельность по управлению ценными бумагами». СПС «КонсультантПлюс».
8. Постановление ФЦКБ России от 11.10.1999 № 9 «Об утверждении Правил осуществления брокерской и дилерской деятельности на рынке ценных бумаг Российской Федерации». СПС «КонсультантПлюс».
 9. *Мурынов А. А.* Налогообложение операций с государственными и муниципальными бумагами: мировой опыт и возможные направления совершенствования в России. М.: ПАИМС, 2001. С. 9.
 10. *Аронов А. В., Кашин В. А.* Налоговая политика и налоговое администрирование: учебное пособие. М.: Экономистъ, 2006. С. 151.

Labor productivity and growth of the national economy Likhacheva A. (Russian Federation)

Производительность труда и экономический рост отечественной экономики

Лихачёва А. А. (Российская Федерация)

*Лихачёва Анастасия Алексеевна / Likhacheva Anastasia – студент,
Российско-Голландский факультет маркетинга,
Государственный университет управления, г. Москва*

Аннотация: в работе рассмотрены различные аспекты производительности труда, касающиеся ее динамики, отраслевой специфики и возможных направлений ее повышения. Установлено, что в среднем по России производительность труда сравнительно невысока и имеет значительный потенциал для увеличения. Рассмотрение вопроса в междисциплинарном ключе позволяет говорить о необходимости не только технологических, но и управленческих, кадровых и прочих инноваций.

Abstract: the paper present different aspects of labor productivity considering its dynamics, industry specifics as well as the possible ways of increasing it. It is determined that the Russian economy average labor productivity is comparatively low, thus it has a great potential to grow up. Taken within the interdisciplinary approach, it is possible to mention the necessity of technological innovations as well as managerial, human relations and other innovations.

Ключевые слова: производительность труда, экономический рост, технологические инновации, управленческие инновации, системный подход.

Keywords: labor productivity, economic growth, technological innovation, managerial innovation, systemic approach.

Производительность труда представляет собой экономический показатель, показывающий эффективность затрат труда. В настоящее время темпы роста ВВП замедлились, а экономика России находится в состоянии рецессии. Многие экономисты рассматривают в качестве фактора возможного роста более высокую цену на нефть, отмечая в качестве целевых значений цены не менее 50 долл. за баррель. На этом фоне Российская Федерация по уровню производительности труда существенно отстает от зарубежных конкурентов. Как отмечают Н. Голованова и А. Голованов, «согласно многочисленным исследованиям производительность труда персонала российских предприятий составляет в настоящее время не более 30-50% от потенциально возможного уровня», притом, что России необходимо поднять

производительность труда «в среднем в четыре раза, а по некоторым отраслям нужно даже десятикратное и более ее увеличение» [3, с. 24].

В сложившейся ситуации наиболее системным фактором роста экономики должно стать повышение производительности труда, имеющее в своей основе модернизацию экономики и диверсификацию ее отраслевой структуры. Системность, в данном аспекте, следует понимать через междисциплинарный подход: в работе С. С. Хромова [16], например, подробно описывается явление системности и прикладные аспекты её реализации. При этом анализируя статистические данные, можно сказать, что в число лидеров по темпам роста производительности труда попадают регионы с диверсифицированной структурой производства, рост производительности в которых обусловлен модернизацией и созданием новых производств. Так, на рис. представлен совокупный индекс производительности труда в целом по экономике.

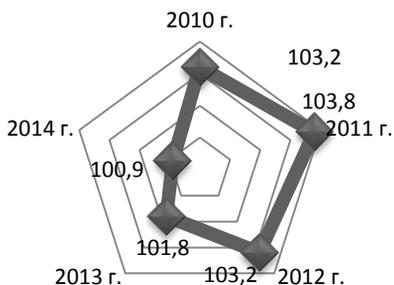


Рис. 1. Совокупный индекс производительности труда в целом по экономике, % [13]

Оценивая ситуацию в разрезе видов экономической деятельности, необходимо отметить, что положительная динамика, т.е. рост индекса производительности труда характерен для таких видов экономической деятельности, как сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, рыболовство, рыбоводство, добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, гостиницы и рестораны.

Падение индекса происходит в отношении следующих видов экономической деятельности: транспорт и связь, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, строительство, оптовая и розничная торговля, а также ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования. В качестве противоположного примера можно привести банковский сектор и вообще кредитно-финансовые институты, в которых «адаптация нововведений, способствующих повышению производительности труда, происходит гораздо более быстрыми темпами» [6, с. 42].

Применительно к розничной торговле, как утверждает Д. К. Попенкова, показатель производительности труда весьма условен ввиду специфики самого вида деятельности, в связи с чем следует обращаться не к усредненным показателям, а рассматривать конкретные методики [12]. В частности, в рамках отдельных предприятий возможно использование методики оценки конкурентоспособности, описанных А. В. Красниковым, которые затрагивают также и производительность труда [7]. Не меньший исследовательский интерес представляет практическая адаптация инструментария, основанного на применении теории нечетких множеств, разрабатываемого, например, Е. А. Пахомовой и соавторами [9].

Существует мнение, что одним из локомотивов роста экономики и повышения производительности труда может стать рынок недвижимости. В этой связи особенно обращает на себя внимание ситуация в строительной отрасли, развитие которой длительное время обеспечивалось реализацией ипотечных программ, которые с наступлением экономического кризиса 2014-2016 гг. были, преимущественно,

свернуты. Импульс дальнейшего развития жилищного строительства некоторые авторы усматривают в налаживании системы «субсидируемой ипотеки» и в развитии малоэтажного строительства, которое может стимулировать рост сопряженных отраслей и видов экономической деятельности [8, с. 47].

Существенную роль в повышении производительности труда может играть государственная поддержка, направления которой должны иметь единый ключевой вектор: диверсификация отраслевой структуры экономики в целом и отдельных территорий, дополненная модернизацией производства, которая основывается на расширении инновационной деятельности [1]. При этом особое внимание необходимо уделить малому и среднему предпринимательству, так как на предприятиях таких размеров внедрение новых технологий происходит быстрее. Не менее важным является вопрос подготовки кадров для модернизации. Именно высококвалифицированный кадровый ресурс является главной составляющей повышения производительности труда. Вместе с тем, как показано в работе В. А. Гневашевой, «интеграция рынка труда и образовательного пространства, максимальное приближение требований к подготовке рабочей силы к непосредственно учреждениям ее формирования позволяют сделать вывод, что данный процесс сегодня является сложным и неоднозначным» [2].

Также можно отметить, согласно Г. А. Волковицкой, изменение отношения к человеку в рамках производственных отношениях, как важный шаг в повышении производительности труда. Модель, изложенная в работе «Управление персоналом и человеческий капитал в современной России» говорит о переходе от отношения к человеку как средству производства к отношению к нему как к цели любых изменений [15]. Естественно, если в рамках междисциплинарного подхода поднимается социологический аспект проблемы, важно помнить и об особенностях социологии в общем – Волковицкая и соавторы разъясняют это в пособии «Социология: концепции, отраслевые теории и методика прикладного исследования» [14].

В качестве одного из элементов модернизации можно назвать внедрение информационных технологий в образовательную сферу, что, безусловно, приведёт к повышению производительности труда педагогов, о чём на примере лингвистики подробно рассказывает С. С. Хромов в своей работе [4]. Кроме того, как указывает С. В. Федосеев, ситуация на рынке Европейского Содружества делает его зависимым от поставок из стран блока БРИКС, что создаёт дополнительные возможности для развития производительности труда [17].

Литература

1. *Алеценко В. В.* Отраслевая структура региональной экономики: историко-генетический метод исследования // Наука о человеке: гуманитарные исследования, 2013. № 1 (11). С. 27-34.
2. *Гневашева В. А.* Развитие молодежного сегмента рынка труда на основе формирования профессиональных компетенций через систему высшего профессионального образования. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. М., 2012. 327 с.
3. *Голованова Н., Голованов А.* Формирование административной системы управления предприятием как основа повышения производительности труда // Предпринимательство, 2010. № 2. С. 22-27.
4. *Жданова Е. В., Харитонова О. В., Хромов С. С.* К вопросу о критериях отбора и оценки веб-ресурсов в преподавании иностранных языков и русского языка как иностранного // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО, 2012. № 3. С. 8-15.

5. *Казанцева С. М., Колмаков В. В.* Малое предпринимательство в Тюменской области: возможности для государственно-частного партнерства и динамика отношений собственности. Тюмень, 2013. 159 с.
 6. *Камбердиева С. С., Хетагуров Г. В.* Проблемы становления и развития национальной системы платежных карт в России // Экономика и предпринимательство, 2015. № 12-4 (65-4). С. 41-44.
 7. *Красников А. В., Ананьева Т. С.* Оценка результатов конкурентоспособности предприятия // Вестник Северо-Кавказского Федерального Университета, 2014. № 5. С. 76-80.
 8. *Логинов М. П., Логинова О. Н.* Российский ипотечный комплекс - стратегия развития // Деньги и кредит, 2010. № 3. С. 44-48
 9. *Пахомова Е. А., Иванчина В. В.* Анализ финансовой устойчивости ВУЗа с использованием методов теории нечетких множеств (на примере университета «Дубна») // Экономический анализ: теория и практика, 2009. № 14. С. 42-51.
 10. *Полякова А. Г., Колмаков В. В.* Управление собственностью как экономической основой пространственного развития: сущность, концептуальные основы, механизм. Тюмень: ТГНГУ, 2006. 196 с.
 11. *Полякова А. Г., Кузнецов Д. И.* Стратегические аспекты обеспечения конкурентоспособности экономической системы региона. // Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2012. № 1. С. 40-42.
 12. *Попенкова Д. К.* FMCG industry (petfood) development in Russia // Потенциал современной науки, 2016. № 3 (20). С. 72-77.
 13. Социально-экономическое положение России 2015. М.: Росстат, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_01/Main.htm/ (дата обращения: 03.05.2016).
 14. Социология: концепции, отраслевые теории и методика прикладного исследования / Агапова Е. Н., Белоусов К. Ю., Волковицкая Г. А. и др. СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2011. 437 с.
 15. Управление персоналом и человеческий капитал в современной России / Абчук В. А., Василенко Н. В., Волковицкая Г. А. и др. СПб.: Книжный дом, 2011. 416 с.
 16. *Хромов С. С.* Системное описание интонации в лингводидактических целях (на основе экспериментально-фонетического исследования). Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. М., 2000. 384 с.
 17. *Череповицын А. Е., Федосеев С. В., Тесля А. Б., Выболдина Е. Ю.* Анализ производства и потребления редкоземельных металлов в странах ЕС и БРИКС // Цветные металлы, 2015. № 5. С. 5-10.
-

**VISION as the basic technology for value-oriented management
approach to regional development
Laptev D. (Russian Federation)**

**VISION как базовая технология ценностно-ориентированного
подхода управления региональным развитием
Лаптев Д. Е. (Российская Федерация)**

*Лаптев Денис Евгеньевич / Laptev Denis - соискатель,
кафедра национальной экономики и менеджмента,*

Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права, г. Тюмень

***Аннотация:** в статье раскрываются принципиальные условия, требующие использования качественно новых технологий управления региональным развитием. Представлены преимущества ценностно-ориентированного подхода управления региональным развитием. Раскрываются особенности технологии VISION как инструмента ценностно-ориентированного подхода управления региональным развитием.*

***Abstract:** the article describes the fundamental conditions that require the use of high-quality new technologies of regional development management. The benefits of value-based management approach to regional development. The peculiarities of VISION of technology as a tool for value-oriented management approach to regional development.*

***Ключевые слова:** VISION, региональное развитие, управление, регион, ценностно-ориентированный подход, инструмент.*

***Keywords:** VISION, regional development, management, region, value-oriented approach, the tool.*

УДК 658.012.1

В современных экономических условиях, несомненно оказывающих влияние на эффективность управления региональным развитием, возникает необходимость использования новых подходов и методов управления регионами, которые бы позволили разнообразить действующий инструментарий, повысив эффективность принимаемых решений, расходования государственных ресурсов, использования материальных средств и человеческого капитала.

В теории и практике управления региональным развитием выделяются следующие основные подходы к управлению региональным развитием: территориально-проблемный, системный, системно-институциональный, процессный, программно-целевой, ресурсный, ситуационный, рефлексивный, кластерный, типологический, маркетинговый, ценностно-ориентированный и др. [1, 152; 2, 199; 3, 106-111; 7, 107-109; 8, 224; 9, 78-82].

Как показывает практика управления региональным развитием в России, многие подходы и применяемый в рамках каждого из них инструментарий начали демонстрировать свою низкую эффективность или вовсе исчерпали себя. Это проявляется, прежде всего, в том, когда формулируемые цели, долгосрочные установки и приоритеты регионального развития не соответствуют текущему уровню социально-экономического развития региона, его экономическому и производственному потенциалу, особенностям состояния правовой базы, требованиям основных участников и заинтересованных лиц процесса управления регионом: населения, групп общественности, предпринимательских структур, органов государственной власти.

Одним из подходов, позволяющих обеспечить решение современных проблем управления региональным развитием, становится ценностно-ориентированный подход. Данный подход к управлению региональным развитием крайне

недооценён и полностью не включен в практику управления долгосрочным развитием российских регионов.

Ценностно-ориентированный подход активно используется во многих развитых странах и заимствован, прежде всего, из сферы управления организациями частного сектора.

Рассматриваемый подход имеет ряд важных отличий от условно традиционных подходов к стратегическому управлению региональным развитием (таблица 1).

Таблица 1. Сравнительный анализ ценностно-ориентированного и традиционных подходов к управлению региональным развитием [4]

Критерий сравнения	Традиционный подход	Ценностно-ориентированный подход
Оценка деятельности администрации	В зависимости от объема освоенных ресурсов и количества выполненных задач	По результатам, представляющим ценность для основной группы стейкхолдеров – населения
Процесс целеполагания	Основан на анализе внешней и внутренней среды, учете текущего состояния регионального развития	Исходит из необходимости построения образа будущего региона, который распространяется на все аспекты стратегического управления региональным развитием
Обратная связь	Формальная	Глубокая и интенсивная, основанная на диалоге
Учет потребностей стейкхолдеров	Слабый	Сильно выраженный
Управленческие действия	Однонаправлены и односторонние	Неформальные связи и контакты, организация сетевых связей

Ценностно-ориентированный подход стратегического управления региональным развитием требует от лиц, принимающих решения, знания ключевых ценностей, имеющих значение для основных групп стейкхолдеров. Такие ценности будут описывать в конечном итоге структуру управленческих решений в отношении долгосрочного регионального развития.

В системе стратегического управления региональным развитием ценности могут представлять:

- основу социальных стандартов и норм;
- вовлеченность населения в процесс коллективного управления и выбора путей развития территории;
- ориентиры стратегических моделей развития территории;
- детальную структуризацию стратегических целей и задач регионального развития [4].

Технологией, которая может в полной мере реализовать принципы ценностно-ориентированного подхода к управлению, становится VISION. Данная технология используется преимущественно в отношении управления организациями частного сектора.

В российской теории и практике регионального развития данная проблематика практически не раскрывается. Лишь некоторые исследователи сделали попытки анализа отдельных аспектов применения технологии VISION в отношении регионального развития.

По определению А. И. Пригожина VISION (видение, образ будущего) – представляет собой качественное изображение желаемого состояния на более-менее

длительную перспективу. При планировании управления экономическими системами с использованием технологии VISION даже сроки достижения/реализации качественного представления желаемого состояния объекта в будущем ставятся условные или отсутствуют вовсе [5, 127-138; 6, 432].

Видение образа будущего не является ни проектом, ни программой, а хронологическое время заменяется социальным, в которое единица времени не год, месяц, день, а расстояние между двумя событиями.

Формирование образа будущего предполагает необходимость использования определенных стратегем, выражающих ключевую идею и преимущества в образе желаемого будущего региона.

Стратегема характеризует новую роль, статус или состояние региона в будущем. Стратегемы формируются представителями органов региональной власти, в компетенции которых входит формирование стратегий регионального развития.

А. Г. Полякова указывает, что при построении ментального образа возможного и желаемого состояния региона в будущем как результата целенаправленной деятельности могут быть выделены следующие уровни:

- образ-идея – как базовый концепт, мысленный прообраз предмета, явления, выделяющий его базовые и сущностные черты;

- образ-модель или представление объекта управления в упрощенном виде, релевантном моделируемому объекту и в некоторой степени повторяющем его ключевые свойства и характеристики;

- образ-результат – как комплексное представление объекта, желательное состояние которого требуется достичь в процессе выполнения конкретных действий.

В современных условиях лишь небольшое количество российских регионов используют принципы ценностно-ориентированного подхода и разработку образа будущего как технологии управления долгосрочным развитием региона. Однако, данная технология, позволяя «вобрать» в себя всю совокупность специфических условий регионального развития, его проблемы и основные элементы потенциала, видится нам наиболее перспективной и целесообразной в современных условиях.

Литература

1. Брагина З. В. Развитие регионов: диагностика региональных различий: Монография / З. В. Брагина, И. К. Киселев. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 152 с.
2. Бухарова Е. Б. Региональная социально-экономическая система: территориальное планирование и управление развитием (на примере Красноярского края): Монография / Е. Б. Бухарова, В. Г. Безгачев, В. В. Желиховская, Е. В. Зандер, Е. В. Инюхина, А. И. Пыжев, Ю. И. Старцева, Д. Х. Шалахина. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2009. 199 с.
3. Евдокимова Е. Н. О процессном подходе в стратегическом управлении развитием регионального промышленного комплекса // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика, 2011. № 6. С. 106-111.
4. Кузнецов Ю. В. Государственное стратегическое управление. Монография / Ю. В. Кузнецов. Спб.: Питер, 2014.
5. Пригожин А. И. Цели бизнеса: формирование и развитие // Общественные науки и современность, 2015. № 1. С. 127-138.
6. Пригожин А. И. Цели и ценности. Новые методы работы с будущим / А. И. Пригожин. М.: Издательство «Дело» АНХ, 2010. 432 с.
7. Сапунов А. В. Обоснование использования кластерного подхода в управлении развитием региональных социально-экономических систем // Новые технологии, 2006. № 1. С. 107-109.
8. Хмелева Г. А. Региональное управление и территориальное планирование: Учебное пособие / Г. А. Хмелева, В. К. Семенычев. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 224 с.

9. Шабалина Е. И. Методологические аспекты формирования функционально-объектного подхода к управлению региональным развитием // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки, 2011. № 3. С. 78-82.
-

Improving economical mechanism of state support regional water users Odinaev B. (Republic of Tajikistan)

Совершенствование экономического механизма государственной поддержки водопользователей региона Одинаев Б. Д. (Республика Таджикистан)

*Одинаев Боймурод Джалилович / Odinaev Boyturod – соискатель,
кафедра мировой экономики и международной торговли,
Финансово-экономический институт Таджикистана, г. Душанбе, Республика Таджикистан*

Аннотация: в статье рассматриваются совершенствование экономического механизма государственной поддержки водопользователей региона, согласование национальной базы данных о запасах водных ресурсов, регулярный обмен данными об использовании водных ресурсов и фактических режимах работы водохозяйственных сооружений межгосударственного значения.

Abstract: in the article discusses the improvement of the economic mechanism of state support for the region's water users, coordination of the national database on water supplies, regular exchange of data on water resources users and actual operating conditions of water infrastructure interstate.

Ключевые слова: совершенствование экономического механизма и государственная поддержка водопользователей региона, трансграничные воды, охрана окружающей среды.

Keywords: improving economical mechanism and state supporting water users of region, tranboundary waters, environmental.

Главным направлением для подготовки региональной стратегии управления водными ресурсами Центральной Азии является определение подходов, обеспечивающих равные и удовлетворительные условия для устойчивого развития экономического и социального потенциала его стран на основе регламентированного и контролируемого порядка водопользования, эксплуатации всех технических объектов, определения обязанностей по охране вод, в том числе водной экосистемы Арала. В стратегии необходимо учесть географические, экономические, социальные и иные особенности каждого государства, сблизить позиции стран, определить принципы водораспределения, организационные и правовые основы сотрудничества по водным вопросам.

В этом плане наиболее развитые системы государственного регулирования экономики сложились в странах Западной Европы (прежде всего Скандинавских странах, Франции, Германии, Нидерландах, Австрии, Испании, Японии), а также некоторых странах Юго-Восточной Азии - Южная Корея, Сингапур, Малайзия. Вместе с тем, в США, Канаде, Австралии, где частный капитал обладает особенно сильными позициями, а также где не наблюдалось серьезных социально-экономических потрясений (последствия Второй мировой войны, формирование и распад блока стран социализма) характеризуется гораздо более низким уровнем государственного регулирования. Вместе с тем, и в этих странах роль государства

возрастает в решении задач структурной политики, при нарастании социальных проблем, росте инфляции и т. д. [1, 2, 8].

По нашему мнению, уровень государственного регулирования наиболее ясно характеризуется долей ВВП, перераспределяемой через совокупный бюджет и внебюджетные фонды. Так, по оценкам, данный показатель в середине 90-х годов в Японии и США составлял 35-40%, в Германии, Франции, Италии и Канаде - около 50%, в Швеции и Норвегии свыше 65% [3, с. 7-9].

Следует подчеркнуть, что уровень государственного влияния в экономике страны характеризуется также показателем, как доля государственной собственности. Так, по оценкам специалистов, в государственном секторе стран Европейского Союза работает около 1/3 всех занятых, на него приходится примерно около 13% вновь созданной стоимости и почти 20% капиталовложений. Около трети всех занятых в финансовой сфере работают в государственных финансовых учреждениях. Границы государственного сектора весьма подвижны. Их расширение идет по разным направлениям: вследствие увеличения размеров уже функционирующего капитала, за счет строительства новых предприятий, вследствие проведения актов национализации. Например, во Франции было проведено три таких крупных акта (в 1936, 1945, 1982 гг.). В результате государственный сектор французской экономики стал одним из самых крупных в Западной Европе: на его долю приходилось 17% занятых, 28% производства, 35% инвестиций в национальной экономике [4].

Мировой опыт показывает, что если в сфере производства роль государства сокращается, то в ряде других областей она имеет четкую тенденцию к возрастанию. Прежде всего, здесь имеются в виду сферы распределения, и, в еще большей степени, формирование экономической политики. Возникает прямая связь: новые условия экономических реформ - усиление роли правительства как органа, отвечающего за экономическую политику. Центральнoазиатский регион в настоящее время становится территорией, где особенно остро ставится проблема решения вопросов взаимного использования водных ресурсов [5].

Важно подчеркнуть, что перспективы экономического развития стран Центральнoазиатского региона (ЦАР) показывают, что дальнейшее закрепление макроэкономической стабилизации в условиях становления рыночной экономики предполагает формирование и развитие теоретико-методологических принципов взаимообусловленного и взаимосвязанного использования водных ресурсов. Решение проблем оптимального использования водных ресурсов требует разработки комплекса нормативно-правовых, экономических, организационно-экономических и других мер, предусматривающих учет сложившегося разделения труда, имеющихся природных ресурсов, накопленного производственного потенциала и других особенностей региона.

Так, для Центральной Азии основными регулирующими водохранилищами являются Нурекское и Кайраккумское (Таджикистан), Тогтогульское (Кыргызстан), режимы сработки, которых имеют трансграничный характер и зависят от предъявляемых требований к объемам и времени использования водных ресурсов стран региона. При осуществлении сотрудничества соблюдается принцип равноправного участия сторон в подготовке решений регионального масштаба и их принятия на основе консенсуса. При планировании мер совершенствования организационных форм сотрудничества учитывается опыт работы региональных и международных структур [6].

По инициативе Республики Таджикистан Генеральная Ассамблея ООН 9-11 июля 2016 года проводила в г. Душанбе Международную конференцию высокого уровня по итогам реализации международного десятилетия действий «Вода для жизни», 2005-2015 гг. Международное десятилетие «Вода для устойчивого развития». Резолюции, принятые Генеральной Ассамблеи ООН по инициативе Республики Таджикистан:

— Международный год пресной воды, 2003 г.;

- Международное десятилетие действий «Вода для жизни», 2005-2015 гг.;
- 22 марта – Всемирный день водных ресурсов, 2010 г.;
- Международный год водного сотрудничества, 2013 г.;
- Итоговые документы 9-11 июня 2015 г.

В Таджикистане имеется 11 эксплуатируемых водохранилищ с полезным объемом от 5 млн м³ до 10,5 км³, общей акваторией 706,7 км² и полной вместимостью 15,7 км³, что составляет 13,6% среднесуточного стока рек бассейна Аральского моря (БАМ), равного 115,6 км³. Завершение строительства Рогунского водохранилища увеличит этот показатель до 25,1%.

Для перспективного освоения всех пригодных к орошению земель в количестве 835,3 тыс. га, улучшения водообеспеченности земель, а также последующего развития других секторов экономики благодаря строительству еще 21 водохранилища необходимо довести полезный объем всех водохранилищ (созданных, строящихся и проектируемых) до 34,4 км³, т.е. перспективный прирост полезного объема должен составить к 2050 г. 27,1 км³. Основной потенциал для создания водохранилищ находится в бассейне реки Амударья - это реки Вахш, Пяндж, Кафарниган, а также Зеравшан. Только на реке Пяндж просматривается более 10 створов для создания водохранилищ для гидроэнергетических сооружений с полным объемом 38,05 км³.

Основной целью строительства этих водохранилищ будет являться обеспечение комплексного использования водных ресурсов в интересах электроэнергетики, орошения, защиты от паводков, рыбного хозяйства, рекреации, технического и бытового водоснабжения с учетом национальных и региональных интересов на взаимовыгодной основе [7]. Следует подчеркнуть, что организация эксплуатации водохозяйственных сооружений, в том числе межгосударственного значения является, как правило, прерогативой государств, на территории которых они расположены. Наряду с этим, государства могут передавать функции и полномочия, связанные с эксплуатацией конкретных сооружений межгосударственным органам - паритетным. В целях оптимизации структуры водопотребления и спроса на воду государства ЦАР осуществляют последовательный переход к комплексному методу управления водными ресурсами. К участию в управлении могут привлекаться представители водопользователей, местные органы, природоохранные организации, населения и общественности [8]. В рамках программы «Спека» предполагается рассматривать прогнозы перспективного водопотребления в странах Центральной Азии для трех периодов. Ожидаемый спрос на воду в бассейне Аральского моря приведен в табл. 1.

Таблица 1. Спрос на воду в бассейне Аральского моря (км³ в год)

Страна	Годы	Отрасли экономики						Всего
		Питьевое водоснабжение	Сельское водоснабжение	Промышленное водоснабжение	Рыбное хозяйство	Орошаемое земледелие*	Прочие	
Казахстан ¹	2005	0,080	0,07	0,75	0,065	9,5	0,21	10
	2010	0,140	0,1	0,12	0,15	9,5	0,5	10,51
	2025	0,160	0,12	0,29	0,17	7,45	0,5	92,9
Кыргызстан**	2005	0,080	0,09	0,15	0,03	5,54	0,01	5,9
	2010	0,1	0,11	0,2	0,04	6,02	0,03	6,5
	2025	0,140	0,15	0,3	0,05	6,8	0,06	7,5
Таджикистан**	2005	0,5	0,75	0,65	0,1	11,9	0,4	14,3
	2010	0,7	0,9	0,8	0,15	13,15	0,3	16
	2025***	1	1,1	1	0,2	14,5	0,2	18
Туркменистан	2005	0,37	0,19	0,75	0,025	18	-	19,34
	2010	0,4	0,2	0,9	0,03	20	-	21,53
	2025	0,47	0,25	1,1	0,04	17,65	-	19,51
Узбекистан	2005	2,65	1,39	1,35	1,05	56,56	-	63
	2010	2,7	1,4	1,39	1,32	52,4	-	59,2
	2025	5,85	1,63	1,46	2,24	48,02	-	59,2
Всего в бассейне Аральского моря	2005	3,68	2490	2,975	1,27	101,5	0,62	112,54
	2010	4,04	2,71	3,41	1,69	101,07	0,83	113,8
	2025	7,62	3,25	4,15	2,7	94,42	0,76	112,9

Анализ данных таблицы 1 показывает, что относительно небольшое увеличение площади орошаемых земель прогнозируется в Казахстане и в Кыргызстане. В Таджикистане, согласно Концепции по рациональному использованию и охране водных ресурсов, площадь орошения увеличится на 880 тыс. га. и в перспективе достигнет 1,6 млн га. При этом общий водозабор на нужды экономики составит 19-22 км³. В странах с наибольшей площадью орошаемых земель - Туркменистане и Узбекистане, ожидается к 2025 году существенное увеличение площади орошаемых земель.

Перспективные требования на воду должны оцениваться исходя из национальных программ экономического развития каждого государства. Однако, такие оценки были представлены только в национальных докладах по проекту СПЕКА Кыргызстана и Таджикистана. Поэтому, по другим государствам за основу были приняты оценки, выполненные в проекте Программы бассейна Арала, а также результаты расчетов с использованием модели, подготовленной группой SABAS в рамках проекта ПРООН.

Таким образом, перспективы социально-экономического развития всех стран Центральной Азии в значительной степени определяются наличием водных ресурсов. Основными источниками воды в регионе являются реки Амударья и Сырдарья с их притоками, которые располагаются на территории нескольких государств и поэтому

* Объемы для орошения приняты с учетом КПД магистральной сети (на границе районов).

***) Используются данные национальных докладов по проекту СПЕКА.

****) Согласно принятой в 2001 году в Таджикистане Концепции рационального использования и охраны водных ресурсов, ожидаемое суммарное водопотребление на уровне 2025 г. может составить около 20 км³/год.

имеют межгосударственное значение. В последние годы в регионе усилилась озабоченность по поводу перспективной возможности государств обеспечивать свои потребности в воде. Хотя статистика последнего десятилетия свидетельствует о временном сокращении ежегодных объемов водопотребления и о некотором улучшении качественного состояния вод, но эти тенденции имеют краткосрочный характер. В то же время, такие факторы, как рост населения, продолжающаяся деградация водохозяйственной инфраструктуры, ослабление мер государственного контроля за водохозяйственной и природоохранной деятельностью, а также игнорирование требований к водосбережению неизбежно должны привести к возрастанию дефицита водных ресурсов. Объективные изменения политических, социальных и экономических условий на фоне неблагоприятных прогнозов перспективного водообеспечения поставили государства Центральной Азии перед необходимостью активизировать усилия для достижения эффективного, экологически безопасного водопользования на основе новых, взаимосогласованных принципов, процедур и условий водораспределения.

Совершенствования экономического механизма государственной поддержки водопользователей региона является: согласовании национальных баз данных о запасах водных ресурсов, регулярном обмене данными об использовании водных ресурсов и фактических режимах работы водохозяйственных сооружений межгосударственного значения.

Литература

1. *Аминджонов Р. М.* Ключевые аспекты проблемы использования водных ресурсов Центральной Азии // Доклады Международной конференции по региональному сотрудничеству в бассейнах трансграничных рек 31 мая-1июня, 2005 г. Душанбе: ABSTRACTS, 2005. С. 22-24.
2. *Бахтин Ю. Г., Трегобчук В. М.* О государственной поддержке водного хозяйства и мелиорации земель (из опыта зарубежных стран) // Мелиорация и водное хозяйство, 1997. № 3. С. 7-10.
3. *Быц И. Д.* О совершенствовании экономического механизма водного хозяйства // М.: Мелиорация и водное хозяйство, 1998. № 3. С. 15-18.
4. Водные ресурсы Центральной Азии и их рациональное использование // Международная конференция. Душанбе, 2001. С. 237-240.
5. *Исайнов Х. Р.* Приоритетные направления развития мелиорации в сельском хозяйстве Таджикистана // Международный сельскохозяйственный журнал, 2006. № 2. С. 44-46.
6. Комплексное использование водных ресурсов / С. В. Яковлев, И. Г. Губий, И. И. Павлинова, В. Н. Родин. М.: Высшая школа, 2005. С. 61.
7. *Григорьев Е. Г.* Водные ресурсы России: проблемы и методы государственного регулирования. М.: Научный мир, 2007. С. 38-44, 222-224.
8. *Савина А. М.* Рациональное использование водных ресурсов как фактор регионального развития. Диссертация к.э.н. Оренбург, 2004. С. 12.
9. Эволюция экологических проблем в странах Центральной и Восточной Европы (перевод) // Устойчивое развитие: Информ. сборник ВИНТИ, 1999. С. 38-48.

Current state of use and protection of water resources of the region
Odinaev B. (Republic of Tajikistan)
Современное состояние использования и охраны водных ресурсов
региона
Одинаев Б. Д. (Республика Таджикистан)

*Одинаев Боймурод Джалилович / Odinaev Boyturod – соискатель,
кафедра мировой экономики и международной торговли,
Финансово-экономический институт Таджикистана, г. Душанбе, Республика Таджикистан*

***Аннотация:** в данной статье рассматривается современное состояние использования и охраны водных ресурсов региона. В условиях рыночной экономики проблема использования и охраны водных ресурсов в условиях регулирования стока создает предпосылки для создания условий оптимизации использования и охраны имеющихся видов природных ресурсов. Обоснованы рекомендации по рациональному размещению объектов, повышению экономической и социальной эффективности использования водных ресурсов региона.*

***Abstract:** this article discusses the current state of the use and protection of water resources in the region. In a market economy, the problems of the use and protection of water resources in terms of flow regulation creates the preconditions for the creation of conditions to optimize the use and protection of existing natural resources. The recommendations for the rational allocation of facilities, greater economic and social efficiency of use of water resources in the region.*

***Ключевые слова:** охрана водных ресурсов, регулирования стока, рыночная экономика, оптимизация.*

***Keywords:** water conservation, runoff regulation, market economy, optimization.*

Центральная Азия является регионом с очень напряженным водохозяйственным балансом. На использование вод Амударьи и Сырдарьи практически опирается вся экономика Казахстана, Таджикистана, Узбекистана, Туркменистана и в меньшей степени Кыргызстана. В период Советского Союза здесь была создана крупнейшая зона орошаемого земледелия для производства хлопчатника, риса и сельскохозяйственных культур, требующих для выращивания большие объемы водных ресурсов. Развитие хлопководства, а затем и рисоводства базировалось на прогрессивном увеличении орошаемых площадей в бассейне Амударьи и Сырдарьи с 4.1 млн га в 1960 г. до 7,4 млн га в 1990 г. Здесь на орошаемых землях производилось 95% хлопка-сырца, около 40% риса, 25% овощей и бахчевых, 32% фруктов и винограда от всего производства в бывшем СССР.

Следует подчеркнуть, что обеспеченность региона водными ресурсами составляет около 4200 м³ на человека, что почти в два раза выше критического уровня водообеспеченности, принятого в мире и равного 1700 м³. Вместе с тем, обеспеченность стран водными ресурсами неравномерна, хотя везде выше критического значения. Большие объемы заборов воды характерны для стран с высокой степенью зависимости от трансграничных рек (Туркменистан - 94%, Узбекистан - 81%). Поверхностный сток рек Центральной Азии существенно варьируется в зависимости от сезона и года. Негативный эффект усиливается частыми длительными засухами и периодическим многоводием в некоторых частях Центральной Азии. Все без исключения страны используют не менее 84 процентов воды для нужд ирригации. Для бытовых и промышленных нужд приходится в пределах 3 и 7 процентов общего водопользования соответственно. Амударья - наиболее крупный в регионе по площади и водоносности речной бассейн, включает

водотоки, непосредственно формирующие сток р. Амударья, и реки, которые полностью разбираются на орошение. Сток Амударья формируется в основном из вод рек Вахша и Пянджа, имеющих наибольшие расходы в июне - августе, минимальные - в декабре - марте, когда Амударья почти полностью переходит на грунтовое (подземное) питание. На долю Пянджа приходится - 52,5%, а Вахша - около 27,9%, Кафирниган - 8,2%, Сурхандарья - 1,6%, Зеравшан - 8% всего объема стока Амударья. Внутригодовое распределение стока р. Амударья не обеспечивает гарантированной подачи воды на орошение. Маловодные периоды у р. Амударья наступают через 4-5 лет, многоводные - через 6-10 лет. При этом характерны затяжные периоды маловодных лет продолжительностью 5-6 лет и более, что вызывает перебои и значительные осложнения в водообеспечении, даже в условиях зарегулированного стока. Сырдарья - второй по водоносности речной бассейн региона и его водные ресурсы включают сток рек Нарына и Карадарья, рек Ферганской долины и бассейна Чирчика-Ахангарана. Маловодные периоды наступают через 3-4 года и длятся 5-6 лет подряд, многоводные чаще бывают единичными. Объемы поверхностных водных ресурсов в целом по региону, включая бассейны Карского и Каспийского морей, к которым относятся восточные и западные области Казахстана, составляют около 235,8 км³. Необходимо отметить, что в бассейне Аральского моря объем поверхностных водных ресурсов, согласно многолетним данным (1959-1999 гг.) составляет 116 км³.

Большинство населения Центральной Азии живет в бассейне Аральского моря, который занимает 220 млн га и состоит из бассейнов двух главных рек, истоки которых находятся в горах Центральной Азии, - Амударья (из Таджикистана, через Узбекистан и Туркменистан) и Сырдарья (из Кыргызстана, через Узбекистан, Таджикистан и Казахстан). Амударья и ее притоки формируют границу между странами региона, приведены в таблице 1.

Анализом установлено, что имеются различные оценки водных ресурсов бассейна Аральского моря от 125км³ (Амударья - 83 км³, Сырдарья - 42 км³) до 107,5 км³, (Амударья - 69,5 км³, Сырдарья - 37,5 км³) и 105км³ (Амударья - 68,1 км³ и Сырдарья - 37,2 км³). По оценкам стран региона, объемы поверхностных водных ресурсов, формирующихся на их территориях различны. Имеется неувязка, которая объясняется в основном отличиями методик и алгоритмов расчетов, а также статистических выборок, использованных в различных оценках [2, с. 5].

Таблица 1. Поверхностные водные ресурсы бассейна Аральского моря (среднегодовой сток) км /год

Страна	Речной бассейн		Всего по бассейну Аральского моря	
	Сырдарья	Амударья	км	%
Казахстан	4,5	-	4,5	3,9
Кыргызстан	27,4	1,9	29,3	25,3
Таджикистан	1,1	62,9	64	55,4
Туркменистан (вместе с Ираном) Узбекистан	4.14	2.78 4.7	2.78 8.84	2.4 7.6
Афганистан	-	6.18	6.18	5.4
Итого по бассейну Аральского моря	37.14	78.46	115.6	100

Источник: Основные положения Водной Стратегии Бассейна Аральского моря - Межгосударственный совет по проблемам бассейна Аральского моря.

Следует подчеркнуть, что среднегодовой объем стока к Аральскому морю составлял не более 1,5-3 км³ в год, поскольку до 97% объема всех ежегодных поверхностных

водных ресурсов бассейна Аральского моря используется. Общий объем воды, используемой на все нужды бассейна, включая потери на испарение, отток в грунтовые воды и отвод воды в пустынные понижения составляет 102 км³ в год.

Средний многолетний сток рек, формирующийся в Таджикистане, составляет 64 км³ год (табл. 1), из них от 70 до 90% образуется в паводковый период. В бассейне р. Амударья формируется 62,9 км³ и р. Сырдарья 1,1 км³ водного стока (табл. 2).

Таблица 2. Формирование поверхностного стока в бассейне Аральского моря

Страны	Амударья		Сырдарья		Всего	
	км ³	%	км ³	%	км ³	%
Казахстан	-	-	4,50	12,12	4,50	3,89
Кыргызстан	1,90	2,42	27,40	73,77	29,30	25,35
Таджикистан	62,90	80,17	1,10	2,96	64,00	55,36
Туркменистан (с Ираном)	2,78	3,54	-	-	2,78	2,40
Узбекистан	4,70	5,99	4,14	11,15	8,84	7,65
Афганистан	6,18	7,88	-	-	6,18	5,35
Всего	78,46	100	37,14	100	115,60	100

Источник: Аналитический обзор «Состояние и перспективы интегрированного управления водными ресурсами в Республике Таджикистан». Колл. авторов. Душанбе, 2011. 97 с.

Таяние ледников формирует до 25% всех водных ресурсов, и воды от таяния ледников составляют значительную часть летнего базисного стока, а в маловодные годы - до 50%. На реках ледниково-снегового питания половодье начинается с апреля - мая и заканчивается в октябре-ноябре. За это время проходит до 80-90% их годового стока, расход воды по сравнению с меженью увеличивается в 5-10 раз. К водотокам ледниково-снегового питания относятся рр. Зеравшан, Вахш, Пяндж с притоками. К водотокам снего-ледникового питания относятся рр. Кафирниган, Варзоб, Ханака и др. Основную роль здесь играют снега. Наибольшие годовые расходы половодья проходят в мае-июне. На реках снего-дождевого питания половодье начинается в феврале - начале марта. Максимальные расходы проходят в апреле-мае. В половодье по этим рекам проходит от 70 до 90% годового стока и в основном в виде дождя.

Исследованием установлено, что использования и охраны водных ресурсов является многогранной и сложной. В решающей мере это обусловлено тем, что земля - один из основных элементов биосферы и части окружающей среды человека. В условиях аридного земледелия пахотные земли остро нуждаются в орошении, под которым понимается вид активного вмешательства человека в процесс регулирования водного режима почвы, играющего значительную роль в повышении продуктивности земель.

В условиях рыночной экономики проблемам использования и охраны водных ресурсов в условиях регулирования стока создает предпосылки для создания условий оптимизации использования и охраны имеющихся видов природных ресурсов. В частности, подписан целый ряд международных договоров, регламентирующих сброс загрязняющих веществ в атмосферу (например, Киотское соглашение), квотирование добычи редких и исчезающих видов промысловых животных и т. д. Анализ современного состояния экономики показывает, что наличие водных ресурсов, их качественное состояние становится одним из основных факторов, влияющих на устойчивое развитие мирового хозяйства. Вместе с тем, особенности использования водных ресурсов и решения проблемы их оптимального распределения предопределяет также развитие регионализации, предусматривающей интеграцию совместной деятельности региона, объединяющего несколько стран, имеющих общий

источник поступления воды. Примером такого региона является Центральная Азия, которая расположена в бассейнах двух рек, Амударьи и Сырдарьи [3].

Важно подчеркнуть, что наблюдается тенденция повышения температуры воздуха летом и зимой, запасы ледников и временных снегов в верхней части водосборных бассейнов заметно уменьшаются. В перспективе положение с водообеспеченностью может еще более осложниться в связи с глобальным потеплением климата.

Вероятно, в краткосрочной и среднесрочной перспективе (в ближайшие 10-20 лет) следует ожидать дальнейшего таяния ледников, поэтому годовой объем формируемого стока увеличится. В дальнейшем этот эффект будет ослабевать. Некоторыми учеными прогнозируется, что в долгосрочной перспективе (более чем через 20 с лишним лет) таяние ледников прекратится, но со снижением объемов ледников будут формироваться гораздо меньшие объемы стока.

Исследования показали, что основы экономического механизма регионального водопользования, по нашему мнению, краткосрочных межгосударственных соглашений по компенсации Кыргызской Республике ее энергетических потерь от ирригационного регулирования стока путем передачи в зимний период эквивалентного объема нефти, газа или электроэнергии уже себя исчерпала [4]. Частичное урегулирование этого вопроса возможно при внедрении экономического механизма управления водными ресурсами, а полное решение проблемы - лишь после завершения строительства Камбаратинских ГЭС № 1 и № 2. Расположенные выше Токтогульского водохранилища, они специально предназначены для работы в компенсирующем режиме, восполняющем снижение энергетической отдачи Нижне-Нарынского каскада ГЭС в зимний период. С вводом этих ГЭС обеспечивается оптимальное использование водных ресурсов, полностью удовлетворяющее интересы как ирригации, так и энергетики всех государств в бассейне Сырдарьи, что навсегда исключает возможность возникновения каких-либо споров о режимах регулирования стока. Таджикистан является последовательным сторонником интеграции стран Центральной Азии в области использования водно-энергетических ресурсов [4]. Правительством Таджикистана подписаны и выполняются все общегосударственные соглашения по бассейну Аральского моря, достигнутые на встречах глав государств Центральной Азии в марте 1993 г. в Кызыл-Орде, в январе 1994 г. в Нукусе и в марте 1995 г. в Ташаузе. Начиная с 1994 года Таджикистан, еще не будучи членом Межгоссовета стран Центральной Азии, активно участвует в подготовке соглашений по всем вопросам, касающимся водно-энергетических ресурсов. После вступления в марте 1998 г. в Экономический союз Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана, Таджикистан официально выразил готовность присоединиться к уже подписанным тремя республиками Соглашениям по использованию водно-энергетических ресурсов бассейна реки Сырдарья, парафировал Соглашения о параллельной работе энергосистем стран Центральной Азии, внес в исполком Межгоссовета на рассмотрение проект Соглашения об использовании водно-энергетических ресурсов бассейна реки Амударья, активно работает над созданием водно-энергетического консорциума. При совместной соглашении предложены разработке единой методики активизации режимов работы каскадов ГЭС и связанных с ними компенсаций [5]. Такая разработка, по нашему мнению обеспечит нормативно-правовую базу во взаимоотношениях между странами. Ее необходимость объясняется тем, что Таджикистан в отношении водно-энергетических ресурсов находится в условиях, в значительной мере аналогичных Кыргызстану:

- обе страны находятся в зоне формирования стока рек всего региона. При этом на долю Таджикистана приходится 55,4 % его общего объема, а Кыргызстан по данному показателю находится на втором месте и его доля составляет 25,3%;

- обе республики имеют очень ограниченные запасы минерального топлива (кроме угля, добыча которого очень трудоемка и дорога) и в то же время, в силу своего

расположения, не имеют дефицита водных ресурсов. Поэтому приоритетной отраслью для них является энергетика;

- основу энергетики обеих стран составляет гидроэнергетика. Вместе с тем, в отличие от Кыргызстана, который расположен в одном бассейне реки Сырдарья, Таджикистан географически размещается в двух изолированных бассейнах: север республики - в бассейне реки Сырдарья, юг - в бассейне реки Амударья. При этом энергетически эти зоны неразделимы. Север республики (бассейн реки Сырдарья) на 85% снабжается электроэнергией, вырабатываемой Вахшским каскадом ГЭС (бассейн реки Амударья). Причем такое снабжение осуществляется опосредованно, путем обмена электроэнергией с Узбекистаном. Еще одним отличием Таджикистана от Кыргызстана является то, что, если емкость одного Токтогульского водохранилища в Кыргызстане обеспечивает возможность многолетнего регулирования стоков бассейна реки Сырдарья, то в Таджикистане суммарная емкость всех водохранилищ, включая Нурекскую, позволяет осуществить лишь неполное сезонное регулирование стока в бассейне реки Амударья [6].

Таким образом, анализ современного состояния экономики показывает, что наличие водных ресурсов региона, их качественное состояние становится одним из основных факторов, влияющих на устойчивое развитие мирового хозяйства. Вместе с тем, особенности использования водных ресурсов и решения проблемы их оптимального распределения предопределяет также развитие регионализации, предусматривающей интеграцию совместной деятельности региона, объединяющего несколько стран, имеющих общий источник поступления воды, таковым региона является Центральная Азия, которая расположена в бассейнах двух рек, Амударья и Сырдарья. В условиях рыночной экономики проблемам использования и охраны водных ресурсов в условиях регулирования стока создает предпосылки для создания условий оптимизации использования и охраны имеющихся видов природных ресурсов региона.

Литература

1. *Аминджанов М. А.* Основные проблемы водохозяйственного комплекса Республики Таджикистан // Доклады Международной конференции по региональному сотрудничеству в бассейнах трансграничных рек 31 мая - июня, 2005 г. Душанбе: ABSTRACTS, 2005. С. 9-10.
2. Водные ресурсы: рациональное использование. М. «Экономика», 1987. С. 125.
3. *Григоров М. С., Григоров С. М.* Проблемы адаптации технологий орошаемого земледелия к природным условиям региона. // Международный сельскохозяйственный журнал, 2005. -№ 3. С. 53-55.
4. *Исайнов Х. Р.* Совершенствование системы управления – ключевой фактор эффективного использования земельных ресурсов Республики Таджикистан / Актуальные проблемы региональной экономики и территориального управления: Сб. ст. Воронеж, 2004. С. 49-54.
5. *Клапцов В.* Трансграничные реки Центральной Азии и возможное международное сотрудничество // Доклады Международной конференции по региональному сотрудничеству в бассейнах трансграничных рек 31 мая - июня, 2005 г. Душанбе: ABSTRACTS, 2005. С. 16-17.
6. Проблемы водного хозяйства и пути их решения // Материалы республиканской научно-практической конференции (Душанбе, 13-14 декабря 2002 г.). Душанбе, 2002. С. 56-59.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

Financial control as the basis for oversight of the government budget Poplavskiy A. (Russian Federation)

Финансовый контроль как основной элемент по надзору за использованием бюджетных средств Поплавский А. А. (Российская Федерация)

*Поплавский Андрей Андреевич / Poplavskiy Andrey – аспирант,
департамент корпоративных финансов и корпоративного управления,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Аннотация: в данной статье проведен анализ текущего положения государственного финансового контроля в бюджетной политике Российской Федерации, а также его значимости для экономического состояния страны. Автором представлены предложения по улучшению системы государственного финансового контроля Российской Федерации.

Abstract: the article analyzes the current situation of the state financial oversight in the budgetary policy of the Russian Federation, as well as its importance for the economic condition of the country. The author presents suggestions for improving the system of state financial oversight in the Russian Federation.

Ключевые слова: финансовый контроль, бюджетная политика, государственный надзор, использование бюджетных средств, контроль.

Keywords: financial oversight, budget policy, state supervision, budget utilization, control.

Контроль является одной из форм обратной связи, благодаря которой руководящие органы получают информацию о действительном состоянии управляемого объекта и на ее основе принимают меры корректирующего воздействия. Применительно к финансово-бюджетной сфере таким элементом является финансовый контроль.

Особую важность финансовый контроль приобретает на государственном уровне, ведь от качества проводимого финансового контроля зависит степень целевого использования бюджетных средств.

Финансовый контроль является важнейшим аспектом обеспечения законности в финансовой и хозяйственной деятельности государства. Функции государственного финансового контроля были определены в 1996 году Указом Президента Российской Федерации № 1095 и их содержанием является контроль за исполнением федерального бюджета и бюджетов федеральных внебюджетных фондов, организацией денежного обращения, использованием кредитных ресурсов, состоянием государственного внутреннего и внешнего долга, государственного резервов, предоставлением финансовых и налоговых льгот преимуществ.

Пресечение нарушений и злоупотреблений в бюджетно-финансовой сфере - является одной из основных функций всех контрольно-счетных органов на всех этапах контрольно-ревизионной деятельности. Этим же указом определено, что бюджетные учреждения должны подвергаться контролю ежегодно.

Лимская декларация руководящих принципов контроля, обобщившая исторический опыт его осуществления и принятая Международной организацией высших органов финансового контроля (ИНТОСАИ) в 1977 г., провозгласила, что контроль - не самоцель, а неотъемлемая часть системы регулирования, целью которой является вскрытие отклонений от принятых стандартов и нарушений принципов

законности, эффективности и экономии расходования материальных ресурсов на возможно более ранней стадии с тем, чтобы иметь возможность принять корректирующие меры, в отдельных случаях привлечь виновных к ответственности, получить компенсацию за причиненный ущерб или осуществить мероприятия по предотвращению или сокращению таких нарушений в будущем.

Основным нормативно-правовым актом в области государственного финансового контроля является Бюджетный кодекс Российской Федерации.

Согласно Бюджетному кодексу Российской Федерации «Государственный финансовый контроль осуществляется в целях обеспечения соблюдения бюджетного законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения» [4]. Также государственный финансовый контроль подразделяется на внешний и внутренний, предварительный и последующий. Внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль в сфере бюджетных правоотношений является контрольной деятельностью соответственно Счетной палаты Российской Федерации, контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, а внутренний государственный финансовый контроль является контрольной деятельностью Федерального казначейства, органов государственного (муниципального) финансового контроля, являющихся соответственно органами (должностными лицами) исполнительной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций, финансовых органов субъектов Российской Федерации (муниципальных образований).

В настоящее время в результате регулярного внесения поправок в законодательство создана законодательная основа для эффективного функционирования и развития бюджетной системы страны. Можно отметить, что все большее внимание уделяется теме бюджетного планирования, контроля за движением государственных средств и финансового контроля за бюджетными расходами. Особенно это актуально в связи с введением экономических санкций многими странами против в отношении Российской Федерации, резким падением цен на энергетические ресурсы и как следствие дефицитом бюджета.

В своем ежегодном послании Федеральному собранию Президент Российской Федерации В. В. Путин отвел теме финансового контроля особое место: «Следует существенно ужесточить контроль за движением государственных средств, включая федеральные и региональные субсидии предприятиям промышленности и сельского хозяйства. Считаю, что их нужно перечислять конечному получателю только через казначейские счета. Доходы государства не должны уходить, что называется, мимо кассы. Из-за «серых» схем при уплате таможенных сборов, акцизов на алкоголь, табак и горюче-смазочные материалы бюджет ежегодно теряет сотни миллиардов рублей. Это прямое воровство» [5]. Также Президент предложил сформировать единый, целостный механизм администрирования налоговых, таможенных и других фискальных платежей.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на всю проделанную за последние годы работу по улучшению системы государственного финансового контроля, вопрос эффективного функционирования системы финансового контроля является ключевым не только в механизме распределения бюджетных средств, но и в системе доходов государства.

По мнению автора, в настоящее время Российская Федерация нуждается в проведении качественного финансового контроля как никогда ранее, так как в условиях ограниченности финансовых ресурсов учет и распределение текущих средств играют ключевую роль в бюджетной политике страны. Также автор считает, что на сегодняшний день основные элементы финансового контроля в Российской Федерации на законодательном уровне сформированы, и на текущем этапе развития финансового контроля необходимо концентрироваться на создании механизма

выявления «обходных» путей и злоупотребления законодательством, а также на упрощении системы контроля, создания более независимой системы и увеличении степени прозрачности финансового контроля с целью вовлечения большей доли общества в процесс контроля для усиления эффективности проводимого надзора и повышения доверия населения.

Литература

1. *Замбаев Х. Н.* Государственный финансовый контроль за исполнением бюджетов субъектов Российской Федерации: организационно-правовой аспект / Х. Н. Замбаев // Казанская наука, 2012. № 7. С. 68-71.
2. *Замбаев Х. Н.* Основные направления повышения результативности государственного финансового контроля за исполнением бюджетов субъектов Российской Федерации / Х. Н. Замбаев // Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН, 2014. № 2. С. 120-124.
3. *Минаева Е. А.* Особенности государственного финансового контроля как элемента программно-целевого управления расходами бюджета / Е. А. Минаева // Финансы и кредит, 2014. № 3. С. 56-64.
4. Бюджетный кодекс Российской Федерации: [Федер. закон: принят Гос. Думой 31 июля 1998 г.: по состоянию на 3 июля 2016 г.]
5. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 3 декабря 2015 г. / Российская газета. № 275, 2015. 4 декабря.

Components of credit risk Ksenofontov B. (Russian Federation) Составляющие кредитного риска Ксенофонтов Б. А. (Российская Федерация)

*Ксенофонтов Богдан Андреевич / Ksenofontov Bogdan – студент,
Институт управления, экономики и финансов
Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань*

Аннотация: в статье ставится задача - раскрыть сущность количественных составляющих кредитного риска. Продемонстрировано, что в связи с возросшим масштабом кредитных рисков после кризиса 2008 года на первый план выходит важность совершенствования существующих методик оценки данных компонентов риска.

Abstract: the article seeks to reveal the essence of the quantitative components of credit risk. It was demonstrated that due to the increased scale of credit risk after the crisis of 2008, the importance of improving existing methodologies for assessment these risk components comes to the forefront.

Ключевые слова: кредитный риск, вероятность дефолта, модель Мертона, управление рисками.

Keywords: credit risk, probability of default, Merton model, risk management.

Кредитный риск количественно выражается как сумма потерь в случае неплатежеспособности заемщика (дефолта). Сам по себе кредитный риск является комплексным понятием, а следовательно должен естественным образом раскладываться на некие составляющие, которые выражают его сущность в полной мере.

Количественной мерой кредитного риска выступают *кредитные потери* (credit loss – CL). Они, в свою очередь, состоят из присваиваемой каждому кредитному активу *вероятности дефолта* (probability of default – PD), *доли потерь в случае дефолта* (loss given default – LGD) и *подверженности кредитному риску* (exposure at default – EAD). Ожидаемые кредитные потери от конкретного заемщика рассчитываются как [1, с. 24]:

$$CL = EAD \times LGD \times PD \quad (1)$$

Далее рассмотрим эти три составляющие кредитного риска.

Величиной риска, принимаемого кредитором, в денежном выражении является первая составляющая уравнения (1), обозначенная выше как подверженность кредитному риску. В случае простых финансовых инструментов она равна сумме непогашенной номинальной задолженности. Однако по производным инструментам ее расчет усложняется тем, что рыночная стоимость таких инструментов обычно ниже номинальной (notional). Поэтому подверженность кредитному риску определяют как положительную рыночную стоимость (V_t) кредитного актива в момент t :

$$EAD_t = \max(V_t, 0) \quad (2)$$

Ожидаемая же подверженность кредитному риску (expected exposure at default – EEAD) оценивается как математическое ожидание положительной рыночной (справедливой) стоимости актива. Определяется она в случае непрерывно распределенной случайной величины как:

$$EEAD = \int_{-\infty}^{+\infty} \max(x, 0) f(x) dx, \quad (3)$$

где x – рыночная (справедливая) стоимость (случайная величина);
 $f(x)$ – функция плотности распределения вероятностей.

Наибольшая подверженность кредитному (worst exposure at default – wEAD) риску рассчитывается из уравнения:

$$1 - \alpha = \int_{wEAD}^{\infty} f(x) dx, \quad (4)$$

где $(1 - \alpha)$ – заданный уровень доверия.

В целях лучшего понимания сути понятия «подверженность кредитному риску» представим ситуацию, где кредитный аналитик присваивает определенной фирме среднего размера лимит по кредитной линии в \$20 млн. Допустим, кредитная линия структурирована в виде:

- заемщик может привлечь \$12 млн в виде денежных средств;
- оставшиеся \$8 млн он может использовать для так называемых условных обязательств, например, гарантий, но не для вывода средств в виде наличных.

Теперь предположим, что заемщик уже вывел \$10 млн. Эта часть кредитной линии называется *выданными* обязательствами (outstandings). Другие \$10 млн кредитной линии являются *неиспользованными* обязательствами (commitments). И если у заемщика произойдет дефолт, то выданная часть обязательств – та сумма, которая подлежит возмещению и, в худшем случае, потенциально может превратиться в чистые потери по кредитному активу. Что же в таком случае считать подверженностью кредитному риску из оставшихся \$10 млн? Во-первых, в банке, выписавшем данную кредитную линию, используются индикативные переменные, отражающие опциональность использования свободной части заемщиком. Во-вторых, присутствует элемент случайности, проявляющийся в том, что условные обязательства (\$8 млн в нашем примере) необязательно приводят к денежным потерям. Такие случайные эффекты, как правило, исследуются с помощью так называемых коэффициентов пересчета. Таким образом, наша (ожидаемая) величина EAD находится в пределах между использованными \$10 млн и общими обязательства

в \$20 млн в зависимости от некоторых вероятностных переменных, оцениваемых банком статистически относительно каждого заемщика.

Второй составляющей кредитного риска является показатель доли потерь в случае дефолта (LGD). Чистые убытки кредитора после дефолта по обязательствам, как правило, оказываются меньшими, чем его полная подверженность кредитному риску по данной сделке. Это объясняется тем, что при объявлении дефолта кредитор получает право на взыскание задолженности путем реализации обеспечения, взыскания долга с гаранта (поручителя), или в крайнем случае требования об объявлении должника банкротом и возмещения суммы долга из стоимости принадлежащего ему имущества [4, с. 426]. Доля возмещения кредитных потерь с помощью этих способов называется уровнем возмещения (recovery rate – R).

Доля потерь в случае дефолта может быть выражена как [2, с. 270]:

$$LGD = 1 - R \quad (5)$$

Суть идеи LGD лучше всего можно продемонстрировать на таком примере. Предположим, что клиент банка имеет m кредитных продуктов и предоставил n активов под обеспечение. Каждый кредитный продукт имеет EAD_i , так что $i = \overline{1, m}$, а каждый актив обеспечения обозначим REC_i , так что $i = \overline{1, n}$. Тогда показатель потерь в случае дефолта данного должника по всем продуктам можно изобразить как:

$$LGD = \frac{\max(0, (EAD_1 + \dots + EAD_m) - (REC_1 + \dots + REC_n))}{EAD_1 + \dots + EAD_m} \quad (6)$$

Таким образом, мы видим, что в случае, если обеспечения оказалось недостаточно для покрытия суммарных потерь, то рассматриваемый показатель LGD равен отношению той суммы потерь, которую не покрыло обеспечение, к общей сумме подверженности кредитному риску по всем кредитным продуктам.

После кризиса 2008 года на усовершенствовании оценки кредитных рисков и управлении ими был сделан большой акцент в практически всех банках и финансовых институтах.

Такая составляющая как вероятность дефолта (PD) становится особенно важной в данных обстоятельствах. Сегодня PD используется для распределения капитала, усовершенствованного ценообразования кредитного риска, скоринга клиентов и мониторинга качества кредитного портфеля [3, с. 137]. Вероятность дефолта – это статистический процент вероятности неплатежеспособности заемщика, обычно в рамках одногодичного периода. Рассмотрим эту составляющую кредитного риска подробнее.

Использование PD имеет ряд преимуществ:

- PD выявляются научно с помощью надлежащего исследования внутренних и внешних данных. Рейтинговые агентства, такие как Moody's и Standard & Poors, публикуют данные по дефолтам из своих исследований, что также обеспечивает ориентир для сравнения с внутренними рейтингами, разработанными банками или финансовыми учреждениями.

- PD также используется для ценообразования кредита. Чем выше PD, тем выше риск и, соответственно, кредитная премия.

- PD включается в расчет экономического капитала. Чем выше PD, тем выше требования к нормативному капиталу банка.

Структурные модели часто выступают ориентиром для разработки системы оценки PD. И на примере одной из них – модели Мертона (1974) – продемонстрируем главную особенность PD – то, что она количественно оценивает кредитный риск.

Согласно модели, у фирмы или должника дефолт происходит в том случае, когда рыночная стоимость активов фирмы снижается до так называемой точки дефолта (эквивалент номинальной стоимости долга). В большинстве случаев изменение происходит постепенно с течением времени. Чем больше расстояние между активами и обязательствами, тем ниже PD. Дефолт может возникнуть, когда стоимость актива

падает до уровня долга (точки дефолта) в течение рассматриваемого периода. В этой точке чистая стоимость фирмы будет равна нулю.

Базовая модель Мертона рассчитывает дистанцию до дефолта (DD), основываясь на модели ценообразования опционов Блэка-Шоулза. Модель Мертона предполагает, что стоимость собственного капитала фирмы зависит от будущей стоимости фирмы, уменьшенной на будущие обязательства, а также что долг состоит из одной выпущенной облигации с номинальной стоимостью 'K' и сроком погашения 'T'. К дате погашения долг будет полностью выплачен, если общая стоимость активов больше долга. В такой ситуации, собственники получают остаточную стоимость активов. Однако в обратной ситуации происходит дефолт, и кредиторы могут претендовать на получение ликвидационной стоимости (эквивалент общей стоимости за вычетом расходов на проведение процедуры банкротства). Соответственно, модель Мертона утверждает, что собственный капитал подобен колл-опциону, и, таким образом, метод ценообразования опционов может быть использован для определения вероятности того, что фирма будет иметь положительную общую чистую стоимость (total net worth – TNW) к дате погашения задолженности. Стоимость собственного капитала фирмы рассчитывается по формуле Мертона:

$$V_E = V_A N(d_1) - e^{-r(T-t)} DN(d_2), \quad (7)$$

где V_A – стоимость фирмы

D – заемный капитал фирмы

$N(d_1)$ и $N(d_2)$ – переменные, имеющие стандартное нормальное распределение

$$d_1 = \frac{\ln(V_A/D) + (r + \frac{1}{2}\sigma^2)(T-t)}{\sigma\sqrt{T-t}} \quad (8)$$

$$d_2 = d_1 - \sigma\sqrt{T-t}, \quad (9)$$

где r – процентная ставка

σ – мера волатильности рентабельности активов

$(T-t)$ – срок до погашения

В модели $N(d_1)$ показывает вероятность того, что стоимость фирмы будет больше долга на дату погашения последнего. Тогда $1 - N(d_1)$ может рассматриваться как приближительная вероятность дефолта (PD).

Переменные, используемые в модели, имеют прямую связь с переменными, используемыми в анализе кредитного риска. Компонент V_A/D в формуле может быть связан с коэффициентом финансового левериджа фирмы. V_A/D можно считать обратным отношением долга/активов. Более высокое значение финансового рычага приведет к падению $N(d_1)$ и, тем самым, к более высокой вероятности дефолта. Таким образом, модель может рассматриваться как правило «большого пальца» и обеспечивать приближенную оценку значения PD. Однако верится, что модель Мертона не может заменить тщательного углубленного актуарного, а также основанного на финансовой отчетности анализа кредитного риска.

Литература

1. *Bluhm C., Overbeck L., Wagner C.* Introduction to Credit Risk Modeling, 2nd ed. Chapman and Hall/CRC, 2010. 384 p.
2. *Joseph C.* Advanced credit risk analysis and management, John Wiley & Sons, 2013. 448 p.
3. *Laycock M.* Risk management at the top: a guide to risk and its governance in financial institutions. John Wiley & Sons, Ltd, 2014. 335 p.
4. Энциклопедия финансового риск-менеджмента / Под ред. канд. экон. наук А. А. Лобанова и А. В. Чугунова. 4-е изд., испр. и доп. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 932 с.

The setting of management accounting in the organization Nechaeva V.¹, Semina L.² (Russian Federation)

Проблемы постановки управленческого учета в организации Нечаева В. Л.¹, Семина Л. А.² (Российская Федерация)

¹Нечаева Виктория Леоновна / Nechaeva Victoria – студент;

²Семина Лариса Анатольевна / Semina Larisa – доктор экономических наук, доцент, профессор, кафедра экономической безопасности, учета, анализа и аудита, Международный институт экономики, менеджмента и информационных систем Алтайский государственный университет, г. Барнаул

Аннотация: в статье исследуются проблемы, возникающие при постановке системы управленческого учета в компании. В частности рассмотрены проблемы теоретического, организационного, управленческого, методического, информационно-технологического, психологического характера. Выделен ряд специфических проблем организационно-методического характера, обусловленных особенностями туристской отрасли.

Abstract: in article authors considered examines the problems that arise in the formulation of management accounting system in the company. In particular considered the problems of theoretical, organizational, managerial, meth legal, information technology, psychological in nature. Highlighted a number of specific problems of organizational and methodological nature, due to the peculiarities of the tourism industry.

Ключевые слова: проблема постановки управленческого учета, управленческий анализ, управленческий учет, проблемы, мнения, управление организацией, принятие решений.

Keywords: issue of statement of management accounting, administrative analysis, management accounting, problems, opinions, management of organization, decision-making.

Усиление кризисных явлений в стране повлекло сокращение доходов, снижение жизненного уровня, переориентацию потребностей населения, что негативно отразилось на деятельности туристских компаний и обусловило отток клиентов, рост себестоимости турпродуктов и сокращение прибыли. В связи с этим особую актуальность приобретает организация на предприятии туристской отрасли системы управленческого учета, как основного источника информации для принятия эффективных управленческих решений. Однако при постановке системы управленческого учета могут возникнуть ряд проблем, что может замедлить процесс его внедрения и нивелировать всю его полезность. Это и обусловило актуальность исследования.

Постановка управленческого учета представляет собой сложный процесс, в результате которого может возникнуть ряд проблем. Большинство авторов сходятся во мнении, что одной из основных проблем является недостаточное понимание сущности, роли и места управленческого учета в компании [1-4].

То есть проблема носит теоретический характер. Очень часто управленческий учет отождествляют с бухгалтерским учетом, финансовым или производственным. Так, основная масса российских предприятий под управленческим учетом в первую очередь понимает учет затрат, в связи с чем систему управленческого учета сводят к учету затрат и распределению их по центрам финансовой ответственности, центрам затрат, видам предлагаемых услуг.

Тем не менее, основная цель управленческого учета предполагает то, что он должен способствовать достижению текущих и стратегических целей компании, что предполагает включение в систему управленческого учета систему сбора информации о конкурентах, покупателях, качестве услуг и др. То есть система управленческого учета должна охватывать все структурные отделы предприятия и все виды его деятельности. Среди других проблем, возникающих в процессе внедрения управленческого учета, Д. В. Войко также выделяет [1]:

- 1) проблема подбора и оценки квалификации персонала, занимающегося постановкой и ведением управленческого учета;
- 2) отсутствие понимания руководителем и работниками компании данного участка работы;
- 3) отставание на других участках работы: значительная разница между бухгалтерским и налоговым учетом, отсутствие четкой организационной структуры предприятия;
- 4) отсутствие в компании целостной идеологической концепции, обеспечивающей функционирование коллектива как единого целого, отношения уважения и взаимной помощи, ответственность за предоставляемые данные;
- 5) недоверие и нежелание коллектива вводить новшества;
- 6) необходимость введения регулярного менеджмента;
- 7) отсутствие необходимого технического обеспечения (программного обеспечения, компьютерной техники) для эффективной работы системы управленческого учета.

В свою очередь, А. Букреев и И. Рощупкина предложили классифицировать проблемы постановки управленческого учета на такие виды как: организационно-управленческие; методические; информационно-технологические; психологические [5]. Сложность процесса внедрения управленческого учета подтверждается статистическими данными по миру, свидетельствующими о том, что только около 70% попыток его постановки имеют успех, и из них порядка половины 50% укладываются в плановые бюджеты и сроки [3].

В связи с этим особенно важным является вопрос, кто займется внедрением системы управленческого учета в компании. В современной экономической литературе выделяют следующие способы организации постановки системы управленческого учета [5]:

- 1) путем использования собственных кадров компании;
- 2) с помощью привлечения новых специалистов в области управленческого учета в штат;
- 3) привлечение специалистов со стороны на основе аутсорсинга.

Подводя итог, следует отметить, что проблемы при постановке системы управленческого учета в компании будут возникать на всех этапах ее внедрения, что требует постоянного контроля над данным процессом. Для достижения максимальной эффективности от постановки управленческого учета, процесс разработки и внедрения управленческого учета специалисты рекомендуют проводить исключительно в едином комплексе, а не по отдельным сегментам.

Литература

1. *Войко Д. В.* Сущность управленческого учета и его место в управлении предприятием [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.upr-uchet.ru/articles/2010/3/4022.html/> (дата обращения: 17.09.2016).
2. *Щиробоков В. Г., Костева Н. Н., Бареева Л. Н.* Проблемы становления и развития управленческого учета в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://info.axes.ru/read.php?pid=805/> (дата обращения: 18.09.2015).

3. Вахрушина М. А. Проблемы и перспективы развития российского управленческого учета / М. А. Вахрушина // Международный бухгалтерский учет, 2014. № 33 (327). С. 12-23.
4. Букреев А. М. Внедрение системы управленческого учета на предприятии: практический аспект / А. М. Букреев, И. В. Рошупкина // ИнВестРегион, 2006. № 5. С. 19-24.
5. Колесников А. Что такое управленческий учет? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.erp-volga.com/hare/kb/article.71.html/> (дата обращения: 19.09.2015).

Stages of reflection on the authorization of expenditure accounts for the report on Form 0503128 for 9 months

Gladilina Yu.¹, Koblova G.² (Russian Federation)

Этапы отражения расходов на счетах санкционирования для составления отчета по форме 0503128 за 9 месяцев

Гладилина Ю. М.¹, Коблова Г. И.² (Российская Федерация)

¹Гладилина Юлия Михайловна / Gladilina Yulia – консультант,
отдел учета, отчетности и контроля,

Финансовое управление администрации закрытого административно-территориального
образования Шиханы Саратовской области, г. Шиханы;

²Коблова Галина Ивановна / Koblova Galina – кандидат экономических наук, доцент,
кафедра бухгалтерского учета, анализа хозяйственной деятельности и аудита,
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Саратов

Аннотация: поговорим о том, как должны быть скорректированы положения учетной политики бюджетного учреждения на 2016 год, в части формирования рабочего плана счетов, случаях и порядке формирования резервов предстоящих расходов. Рассмотрены этапы отражения расходов на счетах санкционирования для составления отчета по форме 0503128 за 9 месяцев, а также проанализированы проблемы, которые могут возникнуть при составлении данного отчета.

Abstract: let's talk about how to be adjusted accounting policies of budgetary institutions in 2016, in terms of the formation of the working plan of accounts, cases and procedure for the formation of reserves for future expenses. The stages of reflection on the authorization of expenditure accounts for the report on Form 0503128 for 9 months, and also analyzes the problems that may arise in the preparation of this report.

Ключевые слова: бюджетный учет, учетная политика, рабочий план счетов, санкционирование расходов.

Keywords: budget accounting, accounting policy, working chart of accounts, authorization of expenditure.

УДК 336.1

В соответствии с положениями п. 6 ст. 9 Закона о бухгалтерском учете [1] при изменении законодательства РФ о бухгалтерском учете, федеральных и (или) отраслевых стандартов учетная политика учреждения корректируется. Были внесены изменения в Инструкцию № 157н [2] приказами Минфина РФ № 89н [3] и 124н [4]. В этой статье поговорим о том, как должны быть скорректированы положения учетной политики бюджетного учреждения на 2016 год, исходя из норм данных приказов.

Принимая во внимание положения приказов Минфина РФ № 89н и 124н, работникам государственных (муниципальных) учреждений внесены следующие коррективы в их учетную политику:

1. Рабочий план счетов, являющийся приложением к учетной политике учреждения, дополнен следующими счетами:

- 0 205 82 000 «Расчеты по невыясненным поступлениям»;
- 0 209 30 000 «Расчеты по компенсации затрат»;
- 0 209 40 000 «Расчеты по суммам принудительного изъятия»;
- 0 209 83 000 «Расчеты по иным доходам»;
- 0 210 10 000 «Расчеты по налоговым вычетам по НДС»;
- 0 210 11 000 «Расчеты по НДС по авансам полученным»;
- 0 401 60 000 «Резервы предстоящих расходов»;
- 0 500 90 000 «Санционирование на иные очередные года (за пределами планового периода)»;
- 0 502 07 000 «Принимаемые обязательства»;
- 0 502 09 000 «Отложенные обязательства»;
- забалансовый счет 27 «Материальные ценности, выданные в личное пользование работникам (сотрудникам)»;
- забалансовый счет 30 «Расчеты по исполнению денежных обязательств через третьих лиц»;
- забалансовый счет 31 «Акции по номинальной стоимости».

Скорректированы в рабочем плане счетов наименования следующих счетов:

- 0 209 00 000 «Расчеты по ущербу и иным доходам» (ранее этот счет назывался «Расчеты по ущербу имуществу»);
- 0 209 80 000 «Расчеты по иным доходам» (ранее этот счет назывался «Расчеты по прочему ущербу»);
- 0 502 00 000 «Обязательства» (ранее этот счет назывался «Принятые обязательства»);
- 0 504 00 000 «Сметные (плановые, прогнозные) назначения» (ранее этот счет назывался «Сметные (плановые) назначения»).

В учетной политике государственных учреждений на 2016 также был прописан порядок отражения в учете фактов хозяйственной жизни, которые могут быть отнесены к существенным, и в связи с этим подлежащим отражению в формах бухгалтерской отчетности, составляемой по итогам текущего финансового года. Поскольку правила отражения в учете бюджетных учреждений событий после отчетной даты на законодательном уровне не установлены, рекомендуем учреждениям для разработки таких правил воспользоваться ПБУ 7/98 «События после отчетной даты», утвержденным Приказом Минфина РФ от 25.11.1998 № 56н. Применительно к казенным учреждениям вопросы, подлежащие закреплению в приказе по учетной политике в части налогообложения, рассмотрены Г. Кобловой [5].

В своей учетной политике государственные учреждения на 2016 год вправе самостоятельно определить случаи формирования резервов предстоящих расходов и порядок формирования такого резерва в целях отражения полной и достоверной информации об обязательствах учреждения по методу начисления в соответствии с Письмом Минфина РФ от 20.05.2015 № 02-07-07/28998.

Одновременно с отражением суммы созданных резервов на балансе учреждения указанная сумма отражается на счетах санкционирования расходов (счет 0 502 09 000 «Отложенные обязательства») как сумма отложенных обязательств, которая позволяет отразить в учете на основе оценочных значений принятое обязательство, период исполнения которого на день отражения в учете определить не представляется возможным.

С введением указанных счетов более корректно будет отражаться финансовый результат с учетом объема зарезервированных сумм и отложенных обязательств.

Если неверно отражать расходы на счетах санкционирования, отчет по форме 0503128 за 9 месяцев не пройдет проверку по контрольным соотношениям. Поэтому важно выявить и исправить проблемные моменты по операциям санкционирования расходов.

Одна из проблем может возникнуть при составлении отчета по форме 0503128 в разрезе показателей по исполненным денежным обязательствам, если они больше показателей по принятым бюджетным обязательствам.

Такая ситуация возможна с незапланированными расходами. Например, когда работнику возмещают затраты на товары и услуги, которые он приобрел в интересах учреждения за свой счет. После того как сотрудник подтвердит эти расходы документами, а руководитель их согласует, учреждение исполнит денежное обязательство. Хочу предупредить, что ревизоры расценивают превышение лимитов бюджетных обязательств как неэффективное использование бюджетных денег (ст. 34 Бюджетного кодекса РФ). И их позиция находит поддержку в судах. Поэтому следует исключить по возможности такие операции.

Если по состоянию на 1 октября у учреждения есть задолженность перед сотрудником по авансовому отчету за командировочные расходы, как такую сумму показать в отчете по форме 0503128?

Перерасход по командировочным отражают в строке 200 раздела 1 формы 0503128. Показатель детализируют по виду расходов и статье КОСГУ.

В графу 8 раздела 1 вносят показатели по принятым в течение 2016 года бюджетным обязательствам с применением конкурентных способов (с учетом принятых и не исполненных на начало года). Величину принятых обязательств определяют на основании данных по счету 1 502 17 000 в сумме дебетовых оборотов в корреспонденции с кредитом соответствующих счетов аналитического учета счета 1 502 11 000. Бюджетные обязательства, которые приняты в 2016 году, но будут исполнены в последующих годах, в раздел 1 не включают. Такие показатели фиксируют в графе 8 раздела 3. В этом случае в разряде 22 номера счета указывают код аналитического учета соответствующего финансового года.

В отчете по форме 0503128 принятые обязательства по заработной плате фиксируют в графе 7. Показатель вносят на основании данных по счетам аналитического учета счета 1 502 11 000. Необходимо отразить сведения и по утвержденным и доведенным ЛБО на текущий год (графы 4 и 5).

Их определяют на основании данных по соответствующим счетам аналитического учета счета 1 503 15 000.

Санкционирование расходов включает в себя четыре этапа: принятие бюджетных обязательств, подтверждение денежных обязательств, санкционирование их оплаты и подтверждение их исполнения.

Доведенные ЛБО отражают на счете 501 00. Учет бюджетных и денежных обязательств ведут на счете 502 00. К учету и к оплате принимают обязательства в пределах доведенных ЛБО. Если вы заключили контракты сверх лимитов, за это могут оштрафовать (ст. 15.15.10 КоАП РФ).

Напомним, что расходные обязательства по товарам, работам, услугам, которые закупают без конкурсных процедур, учитывают на счете 502 01. Если проводят конкурсные процедуры – на счете 502 07. Принимают такие обязательства в два этапа: когда разместили извещение о закупке на сайте и после заключения контракта. Если контракт не подписан, то сумму принимаемых обязательств корректируют.

В случае, когда учреждение приняло бюджетные обязательства, возникают денежные обязательства. Их учитывают на счете 502 02 на основании подтверждающих документов (накладные, акты приема-передачи, счет-фактура и др.).

Для санкционирования оплаты эти документы подают в казначейство. Дата не может быть позже даты платежки или заявки на кассовый расход.

Если изменения произошли по контракту текущего года, корректировку обязательств проводят по дебету счета 502 17 и кредиту счета 502 11, а также по дебету счета 501 13 и кредиту счета 502 17.

Показатели формы 0503128 сверяют с данными сведений о принятых и неисполненных обязательствах получателя бюджетных средств (ф. 0503175). Например, сумма строк 200 и 510 по графе 11 (ф. 0503128) должна равняться значению строки «Всего» графы 2 раздела 1 (ф. 0503175). Если есть расхождения в данных, отчетность не принимают и отправляют на доработку.

Литература

1. О бухгалтерском учете: Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 (ред. от 23.05.2016). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru/> (дата обращения: 15.09.2016).
2. Инструкция по применению Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений, утв. Приказом Минфина РФ от 01.12.2010 № 157н.
3. Приказ Минфина РФ от 29.08.2014 № 89н «О внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 1 декабря 2010 г. № 157н «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению».
4. Приказ Минфина РФ от 06.08.2015 № 124н «О внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 1 декабря 2010 г. № 157н «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению».
5. *Коблова Г. И.* Налогообложение казенных учреждений// Инновационное реформирование экономики и общества в условиях глобальной нестабильности: Материалы II Международной научно-практической конференции, 2016. С. 74-79.

Automation of accounting work and its remuneration on the basis of programs "1С"

Kazantseva K. (Russian Federation)

Автоматизация учета труда и его оплаты на основе программ фирмы «1С»

Казанцева К. А. (Российская Федерация)

*Казанцева Кристина Александровна / Kazantseva Kristina – студент-магистрант,
экономический факультет,*

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва, г. Саранск

Аннотация: статья посвящена вопросу автоматизации учета труда и его оплаты. Целью является изучение функциональных возможностей программных продуктов фирмы «1С», таких как «1С Зарплата и управление персоналом», «1С Управление производственным предприятием» и «1С-Камин: Зарплата», с помощью которых производятся начисления и расчет заработной платы с минимальными затратами времени. Главная задача каждого предприятия - это уменьшение затрат на ведение учета, а также на управление данными о сотнях или тысячах сотрудников, организация мероприятий по подбору и обучению персонала, оценки квалификации производственной и управленческой структуры, которая требует использования программных продуктов для эффективного планирования и реализации кадровой политики компании. Данная статья включает содержание функциональных возможностей программных продуктов. Раскрыты ценовые преимущества и новизна каждого программного продукта.

Abstract: the article focuses on the automation of accounting work and its payment. The aim is to study the software functionality of the company "1С", such as "1С Salary and personnel management", "1С Manufacturing Enterprise Management" and "1С-Fireplace: Salary", by which performed calculation and payment of wages to the minimum amount of time. The main objective of every business is to reduce the costs of record keeping, as well as data management of hundreds or thousands of employees, organization of events for the selection and training of personnel qualification assessment of production and management structure, which requires the use of software products for the effective planning and implementation of human resources policy of the company. This article includes the contents of the functionality of software products. Disclosed cost advantages and novelty of each product.

Ключевые слова: автоматизация учета, оплата труда, функциональные возможности, фирма «1С», стоимость программного обеспечения, регламентированная заработная плата, управленческая заработная плата.

Keywords: automation of accounting, labor cost, functionality, the company "1С", the cost of software, regulated salaries, administrative salaries.

Оплата труда является важным катализатором и индикатором социального развития общества. Информационные технологии в сфере заработной платы дают возможность повышать производительность труда бухгалтеров за счет совмещения непосредственно на рабочем месте их профессиональных знаний с преимуществами электронной обработки информации. Проблемы совершенствования процесса оплаты труда непосредственно связаны с развитием информационных технологий и созданием автоматизированных информационных систем, охватывающих весь комплекс функций управления предприятием. Важную роль играет автоматизация учета заработной платы работников в организации. С помощью автоматизированных

программ бухгалтер может производить начисления и расчет заработной платы с минимальными затратами времени.

Сегодня все больше и больше компаний осознают важность создания эффективной системы управления персоналом, так как квалифицированные и инициативные сотрудники, могут существенно повысить эффективность деятельности организации. Актуальность данной темы основана на управлении данными о сотнях или тысячах сотрудников, организация мероприятий по подбору и обучению персонала, оценки квалификации производственной и управленческой структуры, которая требует использования программных продуктов для эффективного планирования и реализации кадровой политики компании.

В настоящее время на рынке программных продуктов существует большое количество автоматизированных программ. В данной статье мы рассмотрим программы на базе платформы «1С:Бухгалтерия»: «1С:Зарплата и управление персоналом» (1С:ЗУП), «1С:Управление производственным предприятием» (1С:УПП) и «1С-Камин: Зарплата». Возможности данных программ представлены в таблице «Оптимальное решение по соотношению цена/качество, в целях достаточного инструментария».

Таблица 1. Оптимальное решение по соотношению цена/качество, в целях достаточного инструментария

Характеристики	Программы		
	ЗУП	КАМИН	УПП
Бухгалтерский и налоговый учет	-	-	+
Кадровый учет	++	++	++
Зарплата и управление персоналом	++	++	++
Учет оплаты и выплата	++	++	++
Расчеты и гибкие настройки	+	+	+
Отчетность	++	++	++
Управление торговлей	-	-	++
Производство	-	-	+++
Учет затрат	-	-	+++
МСФО	-	-	+
Бюджетирование	-	-	+
Цена комплекта программного обеспечения	От 15000 руб.	От 16000 руб.	От 250000 руб.
Цена за дополнительное клиентское место	До 5000 руб.	До 6000 руб.	До 5000 руб.

Условные обозначения:

+++ присутствует с расширением, оптимизацией и дополнительными преимуществами.

++ присутствует с расширением и оптимизацией.

+ присутствует.

- отсутствует.

В первую очередь рассмотрим функциональные возможности программы «1С-КАМИН:Зарплата», которая предназначена для расчёта заработной платы, ведения кадрового учёта, расчёта налогов и страховых взносов и иных начислений, а также подготовки отчётности. Этот программный продукт может использоваться в коммерческих организациях различного масштаба, работающих в разных сферах, применяющих любые налоговые режимы, включая специальные (ЕНВД, УСН, ЕСХН) и смешанные. «1С-КАМИН:Зарплата. Версия 5.0» — единственное на данный момент

партнерское решение, которым можно воспользоваться в интернет-сервисе «1С:Предприятие 8 через Интернет».

Данная программа имеет следующие возможности:

- Выгрузки в программу «1С:Бухгалтерия 8» данных по зарплате.
- Загрузка данных с других программ для расчета заработной платы фирм 1С и Камин, также переносятся учетные данные.
- Перенос всех данных из программ КАМИН предыдущих версий, а также из «1С:Зарплата и управление персоналом 8» и «1С:Зарплата и кадры 7.7».

Переносятся следующие данные: справочники «Сотрудники», «Должности», «Подразделения», «Категории», «Начисления», «Табели»; кадровые документы; нормы времени по табелю; документы по начислению зарплаты по сотрудникам (в т.ч. больничные, отпуска, оплата по среднему); входящее сальдо по сотрудникам.

Главные преимущества программы в том, что с ней можно начинать работать сразу после установки или подключения к интернет-сервису. Допускается ведение расчётов заработной платы для нескольких фирм в одной базе данных (кроме базовой поставки). Встроенный сервис «1С-Отчётность», который позволяет отправлять отчёты в ИФНС, ПФР, ФСС непосредственно из программы. Предоставляется возможность использовать интернет-сервисы «1С-Линк» и «1С-Бухфон», когда пользователь не привязан к офису. Это особенно удобно для мобильных руководителей и специалистов, бухгалтеров, работающих на дому, аутсорсеров. При необходимости можно легко подключить к базе консультанта или аудитора [2].

Программный продукт «1С ЗУП» направлен на правильное управление сотрудниками, от чего во многом зависит эффективность деятельности организации. Данная конфигурация обеспечивает отражение расчета начислений заработной платы и связанных с ней налогов и взносов в бухгалтерском учете, а также премии, дотации, пособия, отпускные, больничные, материальная помощь, подарки и прочие начисления.

В программе «1С ЗУП» ведется учет в единой информационной базе от имени нескольких организаций — юридических лиц, а также индивидуальных предпринимателей, которые составляют единое предприятие.

В программе параллельно ведется два вида учета: управленческий и регламентированный. Управленческий учет ведется по предприятию в целом, а регламентированный учет ведется отдельно для каждой организации.

Под регламентированной заработной платой в конфигурации понимается заработная плата, начисляемая работникам организаций в соответствии с условиями трудового и коллективного договора. Расчет регламентированной заработной платы ведется в валюте регламентированного учета (в России это рубли), а ее результаты учитываются для целей налогообложения НДФЛ.

Под управленческой заработной платой в конфигурации понимается заработная плата работников организации или предприятия для целей управленческого учета. Управленческая зарплата может рассчитываться в любой валюте. Результаты управленческой заработной платы используются для учета затрат на персонал по центрам ответственности (структуре компании для целей управленческого учета).

С помощью этой программы руководство имеет возможность абсолютно контролировать происходящее, задавать структуру предприятия и составляющих его организаций, анализировать кадровый состав, принимать управленческие решения на основе полной и достоверной информации.

Работники предприятия будут уверены в том, что в любой момент смогут быстро получить необходимые им справки, сведения о своем отпуске, данные персонализированного учета в Пенсионном фонде и т. д.

Представление регламентированной отчетности в государственные органы станет гораздо менее трудоемким процессом. Особенно это касается сведений для

персонифицированного учета Пенсионного фонда (СЗВ-4, АДВ-11) и отчетности по налогу на доходы физических лиц (2-НДФЛ).

С целью ведения бухгалтерского учета обеспечена совместная работа программы «1С:Зарплата и Управление Персоналом 8» с программой «1С:Бухгалтерия 8» [5].

«1С УПП» расчет заработной платы и связанных с ней начислений выполняется с помощью автоматизированных механизмов расчета заработной платы путем ввода в информационную базу соответствующих документов.

Функционал расчета заработной платы имеет значительную степень автономии. Это связано с тем, что в бухгалтерской отчетности и в иных видах учета не требуется уровня детализации информации, используемой в подсистеме расчета заработной платы для учета удержаний и начислений. Поэтому, в отличие от других подсистем конфигурации, документы подсистемы расчета заработной платы не производят учет, не формируют бухгалтерских проводок, следовательно, не отражаются в бухгалтерском учете.

Для отражения в бухгалтерском учете данных о начислениях и удержаниях сотрудников предприятия предназначен документ «Отражение зарплаты в регламентированном учете».

Сотрудники отдела кадров, отдела организации труда, занятости и бухгалтерии используют подсистему управления как единое информационное пространство для ежедневной работы. Подсистема предназначена для поддержки информации о кадровой политике организации и автоматизации расчетов с персоналом. Различные возможности подсистемы: по накопленным данным о работниках можно построить разнообразные отчеты: это списки работников, анализ кадрового состава; отчеты по отпускам (графики отпусков, использование отпусков и исполнение графика отпусков).

Помимо ведения регламентированного кадрового документооборота, позволяющего автоматизировать кадровые операции в соответствии с действующими нормативными документами, данная конфигурация имеет ряд других возможностей таких как: МСФО, бюджетирование, расширенный учет затрат и детальные отчеты, дополнительный учет затрат и в целом комплексный учет (Бухгалтерия+Торговля+Производство+ Зарплата) [7].

Внедрение данного продукта обойдется дороже, также не следует выбирать данную конфигурацию, если организация маленькая, учет затрат можно вести укрупненно, нет торговли и мало сотрудников. Инструкции в данном решении обязательны, так в начальных решениях они желательны. Учет более сложный по сравнению с базовым программным обеспечением.

Функциональные возможности рассмотренных продуктов во многом определяются информационными запросами пользователей в разное время. Первые типовые решения «КАМИН:Расчет зарплаты 2.0» выпущены 1996 году. Первый программный продукт на платформе 1С:Предприятие 8 «КАМИН:Расчет зарплаты 3.0» выпущен в 2005 году. Программный продукт «1С-КАМИН:Зарплата. Версия 5.0», первое SaaS-решение для расчета заработной платы, работающее в сервисе «1С:Предприятие 8 через Интернет» выпущен в 2012 году.

Впервые версия 2.1 «1С ЗУП» вышла в 2006 году, в 2007 году вышла версия 2.5, последнее (финальная) версия 3.0 выпущена в 2013 году.

Конфигурация «1С УПП» 1.3 была создана в феврале 2010 года. На сегодня последним обновлением является версия 1.3 от 6 мая 2016 года. Внедрение двух последних программных продуктов будет способствовать более усовершенствованной технологии обработки данных по начислению и учету заработной платы. Данные программы разработаны с учетом современных тенденций управления предприятием.

В зависимости от размера организации пользователи могут выбрать различные варианты поставок программных продуктов, от которых зависит и стоимость автоматизации, такие как:

- Базовая версия – которая предназначена для ведения учета небольшой организации, которая позволяет на одном рабочем месте в полном объеме автоматизировать ведение кадрового учета, расчета заработной платы и исчисления необходимых налогов, и взносов в соответствии с требованиями законодательства.

- ПРОФ версия – она позволяет вести кадровый учет и расчет заработной платы в различных компаниях, от небольших до крупных, и даже тех, которые имеют обособленные подразделения.

- КОРП версия - комплексное решение для автоматизации всех задач управления персоналом на средних и крупных предприятиях, для которых эффективное управление человеческими ресурсами является необходимым условием успешной работы на рынке. Продукт может решить проблему реализации кадровой политики предприятия в комплексной оценке персонала на текущем уровне, чтобы обрабатывать информацию о состоянии сотрудников компании быстро и правильно, и давать на ее основе, качественные и значимые выводы о способностях рабочих, планировать график обучения, развитие и карьеру, принимать обоснованные управленческие решения.

Сегодня все организации ведут автоматизированный учет. Бухгалтерия все больше пользуется техническими новшествами, специалисты продолжают разрабатывать программы, чтобы упростить ведение бухгалтерского учета.

Таким образом, руководству предприятия необходимо выбрать оптимальную стратегию автоматизации учета труда и его оплаты, которая будет соответствовать современным требованиям и специфике деятельности и, в следствии, будет иметь минимальные затраты на внедрение и обслуживание необходимого программного обеспечения.

Литература

1. [Электронный ресурс]: Официальный сайт фирмы «1С» [М., 2016]. Режим доступа: <http://www.1c.ru/> (дата обращения: 30.09.2016).
2. [Электронный ресурс]: Официальный сайт фирмы «Камин». [М., 2016]. Режим доступа: <http://www.kaminsoft.ru/> (дата обращения: 30.09.2016).
3. Белоусов П., Островерх А. 1С предприятие от 8.0 к 8.1, 2015.
4. Грянина Е. А. и Харитонов С. А. Секреты профессиональной работы с 1С:Зарплата и управление персоналом 8. Введение в конфигурацию.
5. Макарова Л. М., Мялина Е. М. Тенденции развития автоматизированного учета системного управление, 2012. № 1 (14). С. 31.
6. Макарова Л. М., Жуткина Н. П. Использование программ полного документооборота в автоматизации деятельности предприятия. Сборник «Технические и естественные науки: проблемы, теория, практика. Межвузовский сборник научных трудов». Саранск, 2011. С. 37-40.
7. Медведева М. Под редакцией М. Радченко. 1С:Зарплата и управление персоналом 8. Первые шаги (с приложением на cd-rom). ООО «1С-паблишинг», 2016.

Financial pyramids of old and new Russia
Feoktistov N.¹, Komarov A.² (Russian Federation)
Финансовые пирамиды старой и новой России
Феоктистов Н. М.¹, Комаров А. В.² (Российская Федерация)

¹Феоктистов Никита Максимович / Feoktistov Nikita – студент,
факультет международных экономических отношений;

²Комаров Алексей Валерьевич / Komarov Alexey – кандидат педагогических наук, доцент,
кафедра экономической истории и истории экономических учений,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Аннотация: статья посвящена сравнительному анализу финансовых пирамид И. Рыкова (1863 – 1882) и С. Мавроди (1994 - 1997) на основе анализа, взаимосвязи их структурных элементов, прежде всего – субъекта и объекта. Такой подход позволил автору выделить существенные сходства и ключевое различие финансовых пирамид старой и новой России.

Abstract: the article is devoted to the comparative analysis of financial pyramids I. Rykov (1863 - 1882) and S. Mavrodi (1994 - 1997), based on the analysis of the structural elements of the relationship, first of all - subject and object. This approach has allowed the author to allocate substantial similarities and the key difference pyramid schemes of old and new Russia.

Ключевые слова: финансовая пирамида, инвестор, вкладчик, деньги, мошенничество, скандал, Рыков, Мавроди, реклама, административный ресурс.

Keywords: pyramid scheme, the investor, the investor, money, fraud, scandal, Rykov, Mavrodi, advertising, administrative resource.

Европейская и мировая истории наполнены примерами финансовых мошеннических операций, в которые были втянуты миллионы людей. Повторяемость этих случаев позволяет говорить о том, что подобные явления есть объективное следствие развития экономических и финансовых отношений. Россию таковые операции – финансовые пирамиды, - не обошли в 90-е. Проявляются они и сегодня.

Анализ понятия «финансовая пирамида» в современной научной литературе

Понятие «финансовая пирамида» несмотря на распространённость в экономике и известность в общественном сознании, в научном дискурсе пока не приобрело четких методических границ и теоретических обоснований. Единого подхода к пониманию данной научной категории пока не сложилось.

И. Г. Горловская и И. И. Гимадиева в своей работе «Финансовые пирамиды: понятие, признаки, проблемы» выделяют четыре подхода к определению финансовой пирамиды:

Первый подход. «Финансовая пирамида рассматривается с точки зрения ее организационно-правовой формы» [1, с. 166]. Такой подход разделяет и А. В. Аникин, который отмечает, что ««пирамида – это финансовое предприятие, привлекающее деньги инвесторов высоким доходом, который выплачивается (целиком или преимущественно) из новых поступлений от инвесторов (вкладчиков)» [2]. А. В. Белянин и О. Г. Исупова в своих работах рассматривают «финансовую пирамиду» «как частную компанию, которая привлекает депозиты частных лиц, обещая высокие проценты, многократно превышающие рыночные ставки; какое-то время фирма поддерживает репутацию и выполняет собственные обязательства, но затем оказывается банкротом» [3, с. 74].

Второй подход «позволяет рассматривать финансовую пирамиду как механизм, финансовую конструкцию» [1, с. 166]. Среди авторов, разделяющих такой подход Г. Агасандян. Под финансовой пирамидой он предлагает понимать «финансовую конструкцию, которая представляет собой растущую во времени систему долговых обязательств, поддерживаемую все возрастающими во времени денежными поступлениями. Все финансовые пирамиды имеют общие закономерности, независимо от того, «частные» они или правительственные... Можно сказать, что финансовые пирамиды существуют с тех пор, как возникли долговые обязательства. Плохими финансовые пирамиды становятся лишь тогда, когда они теряют устойчивость» [4].

Третий подход рассматривает финансовую пирамиду через призму математического анализа. Среди авторов, разделяющих данную позицию, стоит отметить А. В. Белянина и О. Г. Исупова [5, с. 77]. Их математическая модель строится на основе интересов населения – участников финансовой пирамиды, которые делятся, по мнению авторов, на группу мудрствующих и наивных индивидов.

Четвертый подход предлагает рассматривать финансовые пирамиды как схему мошеннических операций. В. Белицкий убежден, что «формирование понятия мошенничества, совершенных по принципу «финансовых пирамид», является одной из проблем научно-методического обеспечения деятельности по их выявлению, раскрытию и расследованию» [6].

Пятый подход – социологический. «Финансовые пирамиды рассматриваются с точки зрения иррационального экономического поведения большого количества инвесторов (толпы)» [1, с. 166]. Среди авторов, которые рассматривают механику массовых финансовых игр особенно стоит выделить исследования В. Радаева. Изучение пирамид в исторической ретроспективе и проведение включенного социологического исследования (1994-95 гг.) позволили автору описать типологию инвестиционного поведения, выделить «в существующих теориях массового финансового поведения игровые циклы и стадии:

- стадия рационального инвестирования;
- стадия эйфорического увлечения;
- стадия панических настроений;
- стадия обвала и последующей депрессии» [7, с. 50].

Так же автору в результате проведения эмпирических исследований удалось описать техники манипулирования толпой, которые непосредственно используют создатели «финансовых пирамид». «Так что причина не в жажде быстрого обогащения (или не только в этом). Речь идет о сложной констелляции социально-экономических, политических и культурных факторов, превращающих индивида сначала в атомарное существо, анонимного представителя безликой публики, а затем в человека толпы» [7, с. 61].

Следует отметить и позицию С. В. Дубовского [8], который рассматривает «финансовую пирамиду» как вид поведения ее организатора, при котором выполнение принятых на себя обязательств происходит только за счет привлечения новых займов».

Наиболее интересной с точки зрения продолжения сравнительного исследования первых пирамид Старой и Новой России, оказывается позиция И. Г. Горловской и И. И. Гимадиевой, которые предлагают рассматривать «финансовую пирамиду» как «систему, которая представляет взаимосвязь ... элементов» [1, с. 168]. Прежде всего, субъекта и объекта. К субъекту относится:

- 1) организатор финансовой пирамиды, причем это может быть как физическое лицо, так и государство;
- 2) инвесторы, которые могут так же быть как физическими, так и юридическими лицами.

Объектом в данной системе может быть как лицо, так и денежный фонд,

финансовые инструменты, которые существуют исключительно для реализации поставленных задач.

«Предметом финансовой пирамиды как системы выступают экономические отношения между субъектами, оформленные в форме договоров или ценных бумаг» [1, с. 168].

Цель – получение дохода.

Методы функционирования заключаются в применении «самокотировок с обязательством погашения ранее выпущенных ценных бумаг за счет размещенных новых выпусков (такой метод характерен для финансовых пирамид – акционерных обществ, инвестиционных фондов) или его разновидность – выполнение обязательств перед ранее привлеченными инвесторами за счет денежных средств инвесторов, привлеченных позднее. В любом случае, экономический смысл финансовой пирамиды не меняется – источником доходов одних инвесторов являются не реальные или портфельные вложения (инвестиции), а денежные поступления от последующих инвесторов-участников финансовой пирамиды» [1, с. 168].

Эти структурные элементы будем использовать в качестве оснований классификации для сравнительной характеристики финансовых пирамид Старой и Новой России.

Рыков и Мавроди

Впервые о том, что такое «финансовая пирамида» и кто такие «обманутые вкладчики» в России узнали в 1882 году. Именно тогда, как «мыльный пузырь», лопнул Скопинский городской общественный банк (Рязанская губерния), а, некоторое время спустя «отец-основатель» этого банка, купец 1-ой гильдии Иван Рыков, предстал перед судом.

Интересен тот факт, что сразу два великих русских писателя оставили нам воспоминания об этом событии. Во-первых, это Салтыков-Щедрин – вице губернатор Рязанской губернии, который даже пытался бороться с махинациями Рыкова, но «не смог добиться его ареста, так как банкир имел высочайшее покровительство Сената» [9, с. 24]. Во-вторых, А. П. Чехов, который в качестве корреспондента освещал судебное разбирательство по делу о первой в России «финансовой пирамиды». Антон Павлович Чехов не только оставил нам богатый фактический материал о финансовой деятельности Рыкова, но и огромное количество деталей и характеристик героев этого нашумевшего дела. «Москва его осудила, но ученьем его прониклась» [10, с. 179], - напишет А. П. Чехов в «Осколках московской жизни». И слова будут пророческими. История Новой России назовет новые имена великих махинаторов. Среди которых, безусловно, лидером можно назвать МММ и ее организатора Сергея Мавроди.

Согласно материалам следствия по делу первой «финансовой пирамиды» Старой России (1882 г.) «было расхищено около 12 миллионов рублей, найти удалось лишь 800 тысяч» [9, с. 25]. По делу лопнувшего банка Рыкова в материалах суда фигурировали только официально более 6000 вкладчиков. И только 16 из них были жителями Рязанской губернии. Рыков следовал жесткому правилу: не привлекать клиентов близлежащих территорий, которые могли бы свободно навещать банк. Вкладчики Сибири в этом отношении были безопасны.

Первая финансовая пирамида Новой России МММ (1994-97 гг.) по данным следствия, собрала у вкладчиков порядка 3 млрд рублей. В суде признаны потерпевшими 10 454 человека, но по неофициальным данным жертвами махинации стали 10-15 миллионов человек [1, с. 168].

Сходные черты пирамид очевидны. Ход судебных разбирательств обеих пирамид установил общероссийский масштаб финансовых скандалов. Среди общих черт стоит отметить также и установленные судом мошеннические преднамеренные действия организаторов этих пирамид. Хотя Сергей Мавроди официально не признал данный факт.

Механизмы функционирования пирамиды Рыкова и Мавроди так же имеют очень большое сходство. Во-первых, и Мавроди, и Рыков предлагали своим вкладчикам гораздо более высокие процентные ставки по вкладам, чем могли предложить обычные банки. Во-вторых, в обоих случаях деньги были обеспечены лишь последующими вкладами. Даже при самом эффективном управлении этими пирамидами, какая-то часть людей осталось бы без своих денег. Тем более, что деньги не просто не инвестировали в какие-то проекты для получения прибыли, но тратили на собственные нужды. Здесь стоит отметить, что Рыков всё-таки понимал, что вечно вклады просто так приходить не будут. Именно поэтому он начал пытаться привлекать деньги с помощью угольных копий (которых фактически не было). Это, как мне кажется, продлило «жизнь» его пирамиды.

И, в-третьих, крах и одной и другой пирамиды начался, после того, как некоторые люди захотели забрать свои деньги.

На сегодняшний день в мире существует несколько типов пирамид. Первый тип – многоуровневая пирамида. Каждый участник обязан сделать определенный взнос, который делится на всех вкладчиков, расположенных выше, вплоть до основателя финансовой пирамиды. Новичок должен вовлечь в пирамиду еще не менее двух человек, деньги которых пойдут ему и тем, кто присоединился к пирамиде раньше. Количество участников должно увеличиваться с большой скоростью. Желающие заработать на этом должны понимать, что все население России не способно обеспечить даже пятнадцать уровней такой пирамиды. Поэтому не менее восьмидесяти процентов участников вносят деньги, но не могут никого пригласить и просто-напросто лишаются своих средств.

Другой тип пирамид – схема Понци, названная в честь придумавшего ее в двадцатых годах прошлого века Чарльза Понци. Организатор пирамиды приглашает желающих вложить деньги, гарантируя доход в течение короткого срока. Доход первых участников он оплачивает своими средствами, после чего распространяют информацию о прибыли и о надежности схемы. К пирамиде быстро присоединяются новые желающие, доходы которых оплачивает уже не основатель, а те участники, которые присоединились к пирамиде ранее. Пирамида рушится, когда ее основатель решает, что получил достаточно денег. Он забирает вклады новичков и скрывается.

Некоторые исследователи утверждают, что экономика многих стран держится именно на схеме Понци, ведь государства стараются вкладывать свои средства в экономики других стран, не только для поддержания экономики той или иной страны, но и для того, чтобы получить прибыль. К примеру, можно взять ЕС и Грецию, в которую ежегодно инвестировались огромные средства Европейского Союза, а госдолг Греции составляет 177% от ее ВВП. В 2015 году Греция была на грани дефолта и была готова выходить из ЕС, с отказом от всех своих обязательств перед кредиторами, но ей был предоставлен новый кредит, при котором, пока, экономика Греции всё равно выглядит бесперспективной. Исходя из принципа Понци, это тоже можно назвать, своего рода, финансовой пирамидой.

Если говорить о России, то нельзя не затронуть нашу банковскую сферу, где большая часть кредитов, выдается из вкладов клиентов. Если в один временной период значительная часть вкладчиков захочет забрать свои деньги, многие банки не справятся, поскольку деньги находятся в обороте. Именно поэтому, в Европе, если банк выдает кредит, то он обязан из собственных средств перевести сумму кредита на резервный фонд банка.

Реклама - двигатель аферы

В финансовых пирамидах как Старой, так и Новой России главная роль в раскручивании дела отведена рекламе, на которую не скупятся. Можно представить, сколько стоил путь Скопин – Иркутск, который проделали рекламные агенты купца Рыкова.

Что касается современного опыта раскрутки, то рекламные ролики МММ про

Леню Голубкова, считавшиеся в период их демонстрации «глупыми и дурацкими», сегодня - постфактум - признаны чрезвычайно эффективными. Эффект бесчисленных повторений способствовал росту рейтингу узнаваемости, а сопровождение слухами усиливало данный эффект, «причем есть впечатление, что многие слухи если и не порождаются, то старательно поддерживаются организаторами «пирамид»» [7, с. 62].

Опыт исследования медиавоздействия рекламного поля, дал основания исследователю В. Радаеву [7] поставить вопрос о доли рационального и иррациональности в массовом финансовом поведении населения.

Как показали российские исследователи, увлечения финансовыми пирамидами в начале 90-х годов прошлого века продемонстрировали, что изначально рациональные установки в отношении инвестирования переходят в эмоциональную увлеченность, эйфорию или панику, стремление поступать вопреки "голосу разума" и собственным рациональным планам. В таких случаях финансовым поведением управляет уже не столько рациональный расчет, сколько вовлеченность в коллективные действия и коллективные представления» [11, с. 41].

Уникальное структурно-включенное в среду вкладчиков МММ исследование группы «Циркон» (май 1994-июнь 1995) [9, 44] и анализ печатных СМИ периода «финансовой пирамиды» Рыкова позволяет говорить о том, что в определенный момент деньги как средство, облегчающее товарообмен, превращаются в самостоятельную реальную ценность и начинают формировать вокруг себя и в связи с собой новые ценности. Деньги обладают свойством «сводить все другие материальные и интеллектуальные цели к самим себе, а все шкалы стоимости - к шкале финансовой стоимости» [12, с. 411].

В какой-то момент деньги, как сугубо практический инструмент товарообмена, отрываются от создателей и начинают жить своей собственной жизнью.

Административный ресурс

Еще один важный элемент раскрутки и функционирования пирамид – использование так называемого «административного ресурса». Впрочем, и опыт первой европейской «финансовой пирамиды» Джона Ло (1720) показывает, что без опоры на власть подобные финансовые структуры существовать и раскручиваться не могут.

Иван Рыков участвует и выигрывает выборы главы Скопина. В историю города эти выборы главы городской управы вошли как самые яркие и запомнившиеся. Успешная рекламная кампания, льющиеся обещания, в том числе - подкрепленные реальными действиями (открытие приютов и библиотеки, строительство церквей, открытие публичной библиотеки, благоустройство города), - ведут Рыкова во власть. Став чиновником, он официально складывает с себя полномочия руководителя банка (этого требовал закон), но доверяет финансовую пирамиду ближайшему другу и сподвижнику купцу Афанасьеву. Снятие угрозы вмешательства в дела городских властей позволяют раскрутить маховик аферы с удвоенной силой. Скопинский городской общественный банк просуществовал 19 лет.

Что касается взаимоотношений первой пирамиды Мавроди и административного ресурса, то этот вопрос еще предстоит проанализировать. Как факт можем выделить лишь то, что после принятия жестких законодательных мер и ограничений к подобным видам финансовой деятельности, начался государственный марафон ГКО, который, в свою очередь, содержит признаки пирамиды. Кроме того, пирамида еще дважды пыталась возродиться – в 2011 и 2012 гг.

30 октября 1994 Сергей Мавроди был избран депутатом Государственной Думы РФ. Правда, в отличие от своего коллеги купца Рыкова, Мавроди начал избирательную кампанию из следственного изолятора, куда был отправлен в связи с обвинением в сокрытии доходов, возглавляемой им фирмы АОЗТ «Инвест-Консалтинг». В январе 1996 года Сергей Мавроди заявил о своих намерениях баллотироваться на пост Президента России. ЦИК даже зарегистрировал

инициативную группу по выдвижению Мавроди, которая провела сбор подписей в поддержку кандидата. Правда, в итоге, кандидатура не была зарегистрирована и даже заведено уголовное дело по причине «подделки подписных листов».

Политическая эпатажная деятельность Мавроди дает основания для интерпретации «административного ресурса», не только как системы ухода от ответственности и разоблачений, но и как важного элемента рекламы.

Судебные разбирательства, как в деле банка Рыкова, так и МММ Мавроди установят многочисленные факты подкупа должностных и иных лиц в рамках деятельности «финансовых пирамид». Коррупционная составляющая играет очень важную роль в продвижении и жизнеспособности инвестиционных махинаций. «Чтобы финансовые пирамиды не имели питательной среды, необходимо формирование эффективной системы институтов, включающей соответствующее законодательство и правоприменительную систему» [13, с. 48], считает А. Гусев. Автор полагает, что в «современных условиях государство, чтобы исправить ситуацию, должно осуществлять:

- содействие росту эффективности институциональных структур реального сектора;
- повышение конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках» [13, с. 48].

Роль личности

«Ключевым, «одушевляющим» элементом всей формальной и неформальной организации масс становится фигура главного разыгрывающего (в психологии масс его назовут вождем, в теории организации — лидером, в психоанализе ему отведут роль отца и т. д.). И в этом отношении опыт АО «МММ» особенно интересен, поскольку, исключительный успех этой организации по сравнению с другими конкурентами, был во многом обусловлен позицией, занятой в ходе игры С.П. Мавроди» [7, с. 63]. Автор исследования, в основу которого были положены данные социологического включённого наблюдения за деятельностью вкладчиков МММ, выделил две особенности сформированного образа Мавроди: выраженная персонификация действий кампании и техника косвенного представительства. Деятельность МММ напрямую увязывалась с ролью Мавроди. Он вступает в политические схватки, он борется с системой во имя экономической свободы и не только. При этом он является народу не прямо, а посредством косвенного представительства. «Мавроди как персона без броских внешних качеств не «светится» на телевидении, не выступает на митингах. Его явление постоянно обещается и ожидается массой, но является ей он только в безопасном и канонизированном виде — на портретах, украшающих билеты «МММ»» [7, с. 64]. Образ Мавроди закрепляется на подсознательном уровне, в частушках, юморе. В какой-то момент он обожествляется, что мы наблюдали в период массовых волнений в защиту «мученика Мавроди».

Что касается купца Рыкова, то историческое описание его личности позволяют судить о скорее прямом воздействии на общественное сознание. «Унтер-офицер П. А. Брежнев: «...человек он, пожалуй, и добрый, но в высокой степени капризный и своенравный»... Скопинский купец А. Ф. Кичкин: «О личности Рыкова скажу, что это – в высшей степени, своенравный, капризный и властолюбивый человек. Он принимал все меры к тому, чтобы пользоваться обаянием и властью» [10, с. 178].

Мавроди, в отличие от Рыкова, четко понимал, что «личный выход к толпе значительно повышает риск обнаружить свои слабости или, того хуже, продемонстрировать собственную заурядность» [7, с. 64]. Но он действовал в век громадных медийных возможностей и эффективно их использовал.

Рыков же, напротив, всем своим поведением – раздачей милостыней, сравнимых с зарплатой служащего, вычурной роскошью, непомерной властью часто «переигрывал» и подвергал риску финансовую деятельность своего детища. Так московский известный общественный деятель Николай Варенцов, увидев однажды «выход в свет» скопинского купца, очень забеспокоился о своем вкладе и «на

следующий же день купец выехал в г. Скопин, где обратился в банк с просьбой уплатить ему по вкладным листам, даже с большим дисконтом, при этом уверяя банк, что он это делает только на несколько дней из-за необходимости проведения очень выгодной торговой сделки, после чего опять внесет деньги в банк. Банк неохотно, но выполнил его просьбу. Получив деньги, купец чуть ли не плясал от радости, хотя он потерпел достаточно большие убытки. Дальнейшие события подтвердили его правоту» [10, с. 23]. Были ли у Рыкова иные, не использованные коммуникационные возможности, или нет – вопрос отдельного исследования.

В биографиях Рыкова и Мавроди стоит отметить их харизматичность, рискованность, участие в «околозаконных» схемах и проектах (судебные дела с купцом Гречишниковым, которые чуть не стоили Рыкову места главы Скопина, «фарца» Мавроди), и тот и другой были заядлыми картежниками.

Авторами обеих пирамид были применены похожие схемы манипулирования общественным сознанием. Причем особая роль отводилась не столько созданию, сколько процессу удержания массы доверившихся вкладчиков. Так что, подводя некий промежуточный итог, можно сказать, что объект, предмет, цель, принципы функционирования первых финансовых пирамид Старой и Новой России имеют очень много общих черт, несмотря на грандиозные различия эпох.

Но есть нечто, что отличает финансовые пирамиды 1882 и 1994 года. И это нечто кроется в итогах деятельности.

Несмотря на установленные судебными разбирательствами факты мошенничества при создании банка Рыкова и МММ Мавроди, итоги и последствия финансового краха этих «финансовых пирамид» весьма различаются.

Облик современного города Скопин во многом был определен временами хозяйствования купца и градоначальника Рыкова. Согласно Уставу, треть прибыли направлялось на развитие городского хозяйства. В период деятельности Скопинского общественного банка в городе были открыты Гимназия и Класное реальное училище, первая публичная библиотека, в которой насчитывалось 701 книга, не считая газет и журналов. Построены два храма: Покровский и Никольский. Малообеспеченным и талантливым ученикам за счет средств банка выплачивались стипендии. На деньги банка содержались приюты, выдавались замуж бесприданницы. На деньги банка город значительно преобразовался. Это касается ремонта мостовых, оборудование телеграфной станции, освещение улиц. По данным следственного комитета, только на городские расходы по коммунальному хозяйству банком было направлено 589 000 рублей. Кроме того, дешевые кредиты позволили скопинцам строить добротные каменные здания и открывать свои предприятия. Поэтому образ богатого и преуспевающего Скопина был создан именно в период действия «пирамиды Рыкова». И за столетие, что прошло с периода первой финансовой пирамиды, город Скопин серьезных изменений в своем градостроительстве не претерпел. Он и сегодня очень походит на те картинки, которые публиковали СМИ в период великого похода в Скопин за несметным богатством, так и в период исхода оттуда ничего не получивших, обманутых вкладчиков.

А вот времена МММ ничего не привнесли в развитие и благоустройство не только Скопинской, но и других земель. Хотя и сегодня у многих скопинцев, теперь уже в качестве памяти, сохранились «мавродики».

Выводы

Предложенный И. Г. Горловской и И. И. Гимадиевой анализ «финансовой пирамиды» как системы взаимосвязанных элементов (прежде всего - *субъекта и объекта*) дает возможность рассматривать явление в исторической перспективе.

Пирамиды Старой и Новой России (Рыкова и Мавроди) очень похожи по своей структуре и способу получения дохода;

1. Во главе и той и другой пирамиды были харизматичные лидеры;
2. Обе пирамиды были основаны на желании людей при минимальных как

умственных, так и материальных затратах получить максимум прибыли;

3. Характерной особенностью было использование «административного ресурса», что позволяет предположить, что, в России, без данного элемента, финансовая пирамида существовать не может.

Ключевое отличие заключается в итоговых целях одного из субъектов этих пирамид, а именно - организатора. После пирамиды Мавроди не осталось ничего, кроме воспоминаний. После купца Рыкова - обустроенный город Скопин. В работе мы не анализируем, сложилось ли так исторически, или разные эпохи накладывают свои отпечатки, но фиксируем только то, что получилось.

Некоторые ученые видят финансовые пирамиды и в наши дни, но уже на государственном уровне. Такой подход представляется интересным и требует повышенного внимания, поскольку сигнализирует о нездоровье организации экономической деятельности уже в мировом масштабе.

Литература

1. *Агасандян Г. А.* Финансовые пирамиды и проблема дефицита госбюджета. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/agasandyan/SM_pyramid.pdf/ (дата обращения: 30.09.2016).
2. *Акинин А. В.* «История финансовых потрясений от Джона Ло до Кириенко/ А. В. Акинин. М-2000.
3. *Белицкий В. Ю.* Формирование понятия мошенничеств, совершенных по принципу «финансовых пирамид» // Известия АлтГУ, 2010. №1-2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-ponyatiya-moshennichestv-sovershennyh-po-printsipu-finansovyh-piramid/> (дата обращения: 17.11.2015).
4. *Белянин А. В.* «Финансовые пирамиды» в переходной экономике с точки зрения теории игр / А.В. Белянин, О.Г. Исупова // Российская программа экономических исследований: научный доклад, 2000. № 10.
5. *Голицын Ю.* «Первая финансовая пирамида в России» // Страницы истории. № 1 (61), 2009.
6. *Горловская И. Г., Гимадиева И. И.* Финансовые пирамиды: понятие, признаки, проблемы // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика, 2011. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-piramidy-ponyatie-priznaki-problemy/> (дата обращения: 17.11.2015).
7. *Гусев А. В.* «Финансовые пирамиды в России как результат несовершенства институциональной среды» // Экономические науки. № 5 (90). 2012, 48 с.
8. *Дубовский С. В.* Прогнозирование инфляции и обменного курса рубля в российской нестационарной экономике Едиториал УРСС, 2001.
9. *Зарубина Н. Н.* Трансформации рациональности в глобализирующемся мире: влияние денег / Н. Н. Зарубина // Социологические исследования, 2009. № 4. С. 38-48. Библиогр. 41 с.
10. *Московичи С.* Деньги как страсть и как представление // Московичи С. Машина, творящая богов. М.: Центр психологии и психотерапии, КСП+, 1998. 411 с.
11. *Радаев В. В.* «Уроки «финансовых пирамид», или что может сказать экономическая социология о массовом финансовом поведении» // Мир России, 2020.
12. *Чехов А. П.* Дело Рыкова и комп.: (От нашего корреспондента) // Чехов А. П. Полное собрание сочинений и писем: В 30 т. Сочинения: В 18 т. / АН СССР. Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького. М.: Наука, 1974—1982.

Real money in virtual world. How PokemonGo affected business Ivanov M. (Russian Federation)

Реальные деньги в виртуальной реальности. Как PokemonGo влияет на бизнес

Иванов М. В. (Российская Федерация)

*Иванов Михаил Валерьевич / Ivanov Michael – студент,
кафедра стратегического менеджмента,*

*Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли,
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт Петербург*

Аннотация: статья посвящена изучению влияния игры, дополненной реальности PokemonGo на экономику и бизнес. В статье раскрывается то, как одна игра может изменить образ жизни людей, оказать влияние почти на все отрасли, начиная от обувной, до виртуальной реальности, и как на этом зарабатывают деньги.

Abstract: this article explores how VR game PokemonGo affected economy and business. The author looks into an issue how one game can change people's lifestyles and have an impact on basically every economic sector, from shoe-making to VR, and most important – how do people make real money out of it.

Ключевые слова: игра, бизнес, экономика, виртуальная реальность, PokemonGo, монетизация, покемоны.

Keywords: game, business, economy, virtual reality, VR, PokemonGo, monetization, Pokémon.

Уверен, все вы слышали про PokémonGo – игру, захватившую смартфоны во всем мире. Вышедшая не так давно, игра уже завоевала любовь – и ненависть – сотен миллионов людей по всему миру. Сумасшедший ажиотаж и всеобщее помешательство вокруг игры пошло на спад, так что предлагаю узнать о том, какой след оставит игра, оказавшая влияние почти на все сферы жизни человека и на его образ жизни.

Сегодняшний очень быстро развивающийся мир отличается непродолжительностью своих трендов. Каждый год появляется пара вещей, будь то игры, клипы, песни или что-то ещё, что сводит людей с ума, но длятся такие «головосносы» от силы пару-тройку месяцев. Но я не могу вспомнить ни одного такого тренда, который оказал бы такой же огромный эффект на бизнес, людей и развитие технологий, как PokémonGo. Игра представляет собой дополненную реальность, в которой нужно ловить карманных монстров – покемонов. Дальнейшие детали несущественны. Казалось бы, целевая аудитория – поколение Y, на чьё детство и отрочество пришелся успех мультфильма про них, но нет: средний возраст игрока – около 36 лет.

Начать разговор о невероятных цифрах игры стоит со скачиваний. Их (только официальных) с момента выхода игры 6 июля было уже более 130 миллионов. Не меньшее количество загрузок было из других источников, ведь изначально игра появилась только в США, Австралии и Новой Зеландии, а лишь потом она стала появляться в других странах. Так, к слову, в Японии игра появилась только 22 июля. На сегодняшний день PokemonGo – самая популярная игра в истории США (по числу активных пользователей).

Один из секретов финансового успеха игры, о котором нельзя забывать – успешная монетизация и удержание игроков. Согласно последним отчётам SurveyMonkey, в Штатах ловлей покемонов ежедневно занимается 21 миллион человек (в некоторые дни эта цифра достигала 26 миллионов); люди используют карты в игре, работающие на базе технологии Googlemaps, чаще, чем эти же карты отдельно от игры.

Почти 70 % пользователей, установивших приложение, возвращаются к нему на следующий день, что является очень высоким показателем в индустрии. Также в

среднем активный пользователь Pokémon Go приносит создателям почти в два раза больше дохода, чем игроки аналогичных по жанру игр (0,25\$ против 0,13\$ в день). По данным исследования компании 7ParkData, за первую неделю после выхода игры пользователи провели за ловлей покемонов в среднем 75 минут в день. Сейчас эта цифра, согласно данным SensorTower, значительно скромнее – 33 минуты, но это всё равно значительно больше, чем у других популярных приложений Facebook – 22 минуты в день, Snapchat – 18 минут, Twitter–17 минут [3].

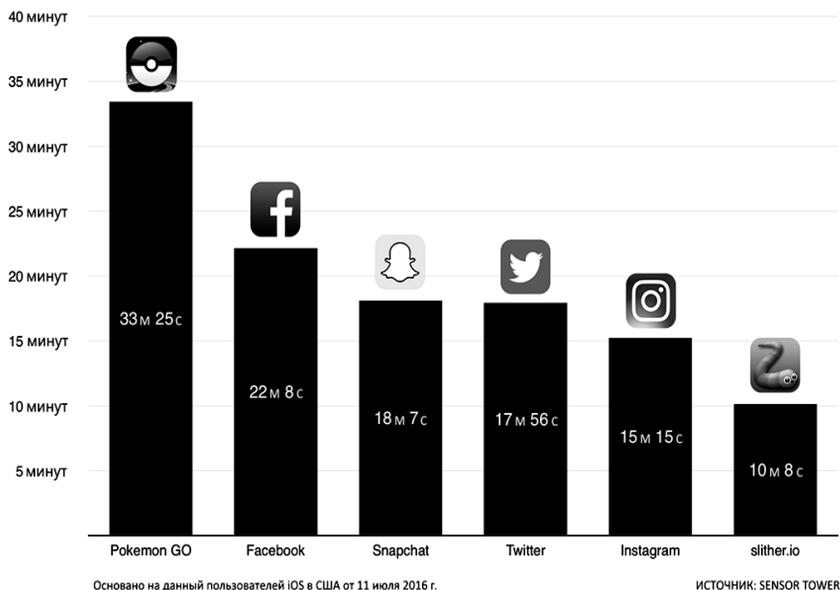


Рис. 1. Ежедневное время, проведенное в популярных мобильных приложениях

Игра имеет ошеломительный успех: впервые за долгое время стоимость Nintendo обогнала гиганта – Sony. Рыночная капитализация (стоимость компании) создателей Марио и «Денди» после появления на свет покемонов увеличилась больше чем в два раза! С 14 тысяч йен почти до 32. На момент написания статьи (28.08.16) акции стоили 21690 йен (+55 % с момента выхода игры). Правда, наверное, это предел и снижение котировок продолжится, даже выпуск специальных браслетов для ловли покемонов, как мне кажется, уже не поможет. Но такая высокая волатильность сделала акции привлекательными для спекулянтов и позволила многим игрокам фондового рынка сколотить приличные состояния.

Но самое интересное не то, как игра повлияла на компании, а какое влияние она оказала на другие отрасли и технологии. В день, когда японский McDonald’s начал продавать обеды HarryMill с фигуркой главного «лица» фразизы – желтого пикачу, акции компании взлетели более чем на 23 % - самый большой прирост у японского подразделения фастфуда с 2001 года.

Огромное количество денег было и будет потрачено на модернизацию серверов по всему миру, ведь в России (что не особо поражает), в Японии (что очень поражает) и других странах официальный запуск игры был отложен, потому что серверы просто не могли справиться с резким ростом трафика. А ведь успех этой игры подтолкнёт к созданию других игр, основанных по принципу дополненной реальности, которые войдут в нашу повседневную жизнь. Будут развиваться технологии очков виртуальной реальности и другие технологии, которые с каждым днём нам кажутся всё менее космическими.

Появился и рынок, на котором готовые, развитые и полные покемонов аккаунты продают и покупают на аукционах за реальные деньги. Спустя всего две недели после

выхода игры на онлайн-аукционе eBay появились лоты с продвинутыми коллекциями покемонов, стоимость которых составляла тысячи долларов. Сегодня спрос на аккаунты очень высок. А где есть спрос – есть и предложение. Один из руководителей московской компании открыл вакансию «ловца покемонов» с окладом 65 тысяч рублей в месяц, в обязанности которого входит перемещение по городу со смартфоном работодателя и ловля карманных монстров.

Без дополнительного заработка не остались и телекоммуникационные компании: сотовые операторы получают дополнительный трафик, ведь в среднем игра расходует порядка 10 Мбайт в час. Операторы «большой тройки» («Билайн», МТС, «Мегафон») уже заявили, что наблюдается всплеск трафика с 8 до 10 утра, и с 18 до 23 часов – это свидетельствует о том, что люди, отправляясь на работу и с неё, не забывают по дороге развлечься и половить покемонов [1].

Вот ещё интересный факт влияния игры на смежные отрасли: высокое потребление энергии смартфоном игрока удвоило продажи внешних аккумуляторов в США, а не самое лучшее качество интернета в Юго-Восточной Азии увеличило в 5 раз продажи 4G-модемов.

Торговые комплексы, заведения питания и другие места устанавливают «LureModules» – устройства, повышающие шанс появления покемонов – для привлечения клиентов, что не может не сказываться на финансовых показателях. Некоторые компании, как например российский хоккейный клуб «Спартак», договариваются с Nintendo о создании собственных покемонов. Банки тоже следуют тренду, например «Сбербанк», предлагают любителю игры специальный страховой продукт, действие которого будет распространяться на время игры.

Уникальные любители посчитать пытаются проанализировать влияние игры на производителей обуви и сети быстрого питания. Ведь хорошему игроку требуется много ходить, соответственно, он больше стирает обувь и тратит много калорий. Так к 12 сентября игроки прошли больше 4,6 миллиарда километров [4]. За редкими покемонами ведётся настоящая охота, так например 16 июля в Центральном парке Нью-Йорка был замечен редчайший покемон Вaporeон, узнав об этом сотни поке-тренеров рванули в парк, попутно вызвав транспортный коллапс в округе. Билет на одну поездку в Нью-Йоркском транспорте стоит 3\$, а галлон бензина обойдётся в два с небольшим доллара. Незапланированные доходы считайте сами. Есть и другие соблазны большого города, заставляющие человека раскошелиться, но вывести их в финансовом эквиваленте пока не получается.

Можно любить или не любить игру PokémonGo, но не признавать её значимость для рынка нельзя. Одна игра, возродившаяся из забвения начала нулевых и принявшая новое обличье, заставила десятки миллионов людей по всему свету начать больше передвигаться пешком и ловить покемонов, а тысячи компаний придумывать, как не отстать от тренда. Это игра стала первым шагом в развитии игр, основанных на принципе дополненной реальности, а вместе с этим – шагом в развитии многих других сфер жизни. Nintendo – гении, что тут ещё сказать.

Литература

1. *Седов К.* Покемоны поймали Москву [текст] / К. Седов / Ведомости, 2016. 22.07.
2. Nick Wingfield, Mike Isaac. Go Play Outside, Pokemon Said [text] / N. Wingfield, M. Issac / The New York Times, 2016. 12.07. С. 1.
3. Sensor Tower. [Электронный ресурс]. URL: www.sensortower.com/blog/pokemon-go-usage-data (дата обращения: 12.07.2016).
4. The Guardian. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.theguardian.com/technology/2016/sep/12/pokemon-go-update-pikachu-walk-plus-pedometer-accessory-candy/ (дата обращения: 12.09.2016).

