

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

№ 1 (27)  
март 2019

Журнал издается с сентября 2012 г.

Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи  
по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс E29460)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций.

**Свидетельство о регистрации:**

ПИ № ФС 77-67657 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель (издатель):**

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**При перепечатке ссылка на издание обязательна**

Редакция журнала «Экономическая среда»:  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12  
Телефон: (4862) 255037 e-mail: economicsreda@mail.ru  
© ОрелГУЭТ, 2019

Подписано в печать 22.03.2019 г.  
Дата выхода в свет 29.03.2019 г.  
Заказ № 5. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>8</sub>  
Усл. печ. л. 12,9. Тираж 1000 экз.  
Цена свободная

Отпечатано с готового оригинал-макета  
на полиграфической базе ОрелГУЭТ  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**Главный редактор:**

**Паршутина И.Г.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Редакционный совет:**

- Глотко А.В.** доктор экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Горно-Алтайский государственный университет»
- Карлина Е.П.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»
- Лазаренко А.Л.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Лочан С.А.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
- Лыгина Н.И.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Рудакова О.В.** доктор экономических наук, профессор  
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
- Сироткина Н.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»
- Цёхла С.Ю.** доктор экономических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Юрзинова И.Л.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

**Ответственный редактор:**

**Жучков А.А.** кандидат технических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Литературный редактор:**

**Зайцева Н.Н.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Переводчик:**

**Лепешкина Г.Г.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

---

# СОДЕРЖАНИЕ

## БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

**Титова Е.П.**

Документальное оформление и бухгалтерский учет экспортных операций несырьевых товаров 5

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

**Пьянова Н.В., Лыгина Н.И., Фролова А.А.**

Маркетинг энергосбережения 14

**Лисичкина Н.В., Жучков А.А., Кузина А.В.**

Специфика продвижения современного научного издания 22

**Алехина Л.Л., Суханов Р.А.**

Развитие человеческих ресурсов в системе управления персоналом на основе эффективной кадровой политики организации 29

**Пьянова Н.В., Аверьянова А.А.**

Реклама как резерв повышения эффективности предприятия 38

**Апель С.А.**

Влияние психологических факторов на управление персоналом 50

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

**Боженко А.А., Кузнецова Л.М.**

Крупнейшие корпорации в России и за рубежом: становление, развитие и особенности функционирования 55

**Кочарян К.К., Овчинников Н.К.**

Китайский опыт экономических реформ и возможность его применения в российской практике 60

**Кузнецова Л.М., Бабенкова В.А.**

Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности национальной экономики 64

## **ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ**

<b>Асанова Ш.Р.</b> Анализ процесса взимания основных налогов в Российской Федерации	<b>70</b>
<b>Ермолова Т.С.</b> Налоговое администрирование в Российской Федерации	<b>76</b>
<b>Мандрик А.А.</b> Информационный обмен между Россией и зарубежными странами с целью снижения рисков в сфере противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма	<b>81</b>
<b>Меметова Э.Ф.</b> Теоретические основы бюджетно-налоговой политики	<b>86</b>
<b>Сулейманова А.Ф.</b> Технологии блокчейна и криптовалюты: перспективы в Российской Федерации	<b>91</b>

## **РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ**

<b>Кузнецова А.Н., Терехов Н.А., Покровский Н.В.</b> Структура рисков туроператоров и турагентов	<b>95</b>
<b>Понарина Д.И., Куликова А.О., Покровский Н.В.</b> Анализ задержки авиарейсов	<b>99</b>
<b>УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ</b>	<b>103</b>

## БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

УДК 657.24:339.5

Титова Е.П.

### ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ НЕСЫРЬЕВЫХ ТОВАРОВ

*Титова Екатерина Павловна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: titovaekaterina1995@rambler.ru

*В статье проанализировано документальное оформление и бухгалтерский учет экспортных операций несырьевых товаров с учетом изменений законодательства РФ; описаны первичные документы учета; приведен порядок их заполнения; обозначена система учета экспортных операций и их особенности. Материалы этой статьи будут интересны широкому кругу читателей: предпринимателям, ученым-теоретикам, студентам, другим людям, деятельность которых связана с финансово-экономической сферой.*

*Ключевые слова:* бухгалтерский учет, экспорт, несырьевые товары.

Titova E.P.

### DOCUMENTARY REGISTRATION AND BOOK KEEPING OF EXPORT OPERATIONS OF NON-PRIMARY GOODS

*Titova Ekaterina Pavlovna*; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: titovaekaterina1995@rambler.ru

*In the article documentary registration and book keeping of export operations of non-primary goods is analyzed taking into account the changes in the legislation of the Russian Federation. Primary documents of accounting are described and the order of their completion is presented. The system of registration of export operations and their features are given. The materials of this article will be interesting to a wide range of readers: businessmen, scientists-theorists, students and other people whose activity is connected with financial and economic sphere.*

*Keywords:* book keeping, export, non-primary goods.

Экспортные операции – это деятельность, связанная с продажей и вывозом за границу экспортных товаров для их передачи в собственность иностранному покупателю.

Под экспортными товарами понимают те товары, которые вывозятся с таможенной территории страны. Это могут быть как предметы внешнеторговых договоров, контрактов, так и обычные вещи, которые вывозятся пассажирами, когда те пересекают границу [6].

Все товары экспорта делятся на 2 типа: сырьевые и несырьевые.

К сырьевым отнесены товары следующих двух основных категорий:

1. Материалы, имеющиеся в природной среде и извлекаемые из нее.

Главным образом это полезные ископаемые, а также древесина и некоторые другие природные материалы. Первичная продукция растениеводства является результатом приложения труда человека, причем длительного, в природе изначально она отсутствует, поэтому не рассматривается как сырье.

\* *Научный руководитель: Маслов Борис Григорьевич, д.э.н., профессор; e-mail: sb72@mail.ru*

2. Отходы, образующиеся в производственном процессе и используемые в дальнейшем как сырье: металлолом, макулатура, отходы пластмасс, стекла, древесины и другие.

Также сюда включены простые отходы производства АПК, не проходящие особой обработки: высевки, жом, барда и т.п. Лом малых металлов обычно представляет собой отходы обрабатывающих производств, а не извлекается из отслуживших изделий, поэтому классифицируется как несырьевой товар, к тому же исходные материалы технологически сложные, а величина торговли небольшая.

Все остальное относится к несырьевым товарам [7, 10].

В нашей статье рассмотрим документальное оформление и бухгалтерский учет несырьевых товаров. Начнем с первичной документации.

Учет приобретения и реализации экспортных товаров ведется на основании первичных документов, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Первичные документы учета экспортных операций несырьевых товаров [8]

Первичный документ	Описание
Внешнеторговый контракт	внешнеторговый контракт – это договор о купле-продаже, поставке, проведении каких-либо работ, услуг, заключаемый двумя или более сторонами
Договор поставки	договор поставки – это соглашение сторон, по которому поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием
Договор оказания услуг	договор оказания услуг – это соглашение, по которому исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги, а заказчик – оплатить их
Накладные	накладная – это документ первичного учета организации, согласно которому оформляется и производится поставка купленного у предприятия товара непосредственно покупателю
Акты	акт – это документ, составляемый группой лиц подтверждающий установленные ими факты или события
Счета-фактуры	счет-фактура – это документ, удостоверяющий фактическую отгрузку товаров или оказание услуг и их стоимость
Грузовая таможенная декларация	грузовая таможенная декларация – это декларация, обязательная к заполнению, если происходит перемещение товара между странами
Товарно-транспортные накладные	товарно-транспортная накладная предназначена для учета движения товарно-материальных ценностей и расчетов за их перевозки автомобильным транспортом

К первичным документам учета экспортных операций несырьевых товаров можно отнести:

1. Внешнеторговый контракт. Это основная форма оформления внешнеэкономических торговых сделок, предполагающая договоренность участников по условиям поставки продукции и (или) оказания услуг. Контракт оформляется в письменном виде и содержит в себе:

- реквизиты «Продавца» и «Покупателя»;
- предмет контракта;
- его цену;
- условия поставки товара, оказания услуг;
- порядок их оплаты;
- необходимые требования к качеству поставляемого товара, оказываемой услуги;
- правила приемки товара, работ, услуг;
- порядок действий при возникновении претензий у одной стороны (двух сторон),

начисление штрафов и пеней;

- регламентацию действий при форс-мажорах;
- прочие необходимые условия (правила изменения и расторжения контракта, его срок действия, порядок привлечения третьих лиц и т.д.).

Такие контракты должны быть обязательно подписаны сторонами и при необходимости нотариально заверены [11].

2. Договор поставки. Регламентируется ст. 506 ГК РФ, используется для оформления предпринимательской сделки по передаче товаров поставщика продавцу, заключается в письменном виде и включает в себя разделы, аналогичные разделам внешнеторгового контракта.

Договор поставки должен быть составлен на русском языке, подписан и заверен двумя сторонами сделки.<sup>1</sup>

Если в процессе поставки экспортных товаров были задействованы услуги по транспортировке, проверке качества, сопровождению и т.п., то следует дополнительно оформить договор на них.

3. Договор оказания услуг. Регламентируется ст. 779 ГК РФ, используется для оформления предпринимательской сделки по оказанию услуг заказчику исполнителем [5]. Он включает в себя:

- реквизиты «Заказчика» и «Исполнителя»;
- предмет и общие условия;
- права и обязанности сторон;
- стоимости услуг;
- правила их оказания и оплаты;
- порядок действий при возникновении претензий у одной стороны (двух сторон), начисление штрафов и пеней;

- регламентацию действий при форс-мажорах;
- прочие необходимые условия (правила изменения и расторжения контракта, его срок действия, порядок привлечения третьих лиц и т.д.)<sup>1</sup>;

4. Накладные. В соответствии с законодательством Российской Федерации при отгрузке экспортных товаров рекомендуется оформлять товарную накладную по форме ТОРГ-12. Эта форма утверждена Федеральным законом «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ от 06.12.2011 г.

В товарной накладной указывают:

- грузоотправителя;
- грузополучателя;
- поставщика и плательщика, их реквизиты;
- основание платежа;
- наименование товара;
- его сорт, артикул, технические характеристики;
- массу и сумму каждого отдельного товара;
- общую итоговую стоимость [2];

5. Акты. Акт документально подтверждает наличие товара, оказание услуги, их соответствие качеству и количеству, служит неотъемлемой частью документооборота при учете экспортных операций. К актам можно отнести: акты приемки-передачи товара; акты выполненных работ; акты оказанных услуг и пр.

В акте могут содержаться следующие сведения:

- реквизиты исполнителя и заказчика;
- основание передачи товаров, сопутствующих им услуг (договор поставки, внешне-торговый контракт и пр.);

<sup>1</sup> Гражданский Кодекс Российской Федерации. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142).

- наименование работ, товаров, сопутствующих им услуг;
- информация об их количестве, единицах измерения, цене;
- итоговая стоимость с учетом НДС всех товаров, работ, услуг, указанных в акте;
- подписи передающей и принимающей стороны [1].

6. Счета-фактуры. После окончательного приема покупателем товаров, работ услуг, подписания акта, продавец направляет заказчику счет-фактуру. Счет-фактура составляется по строго установленному НК РФ образцу. В нем должны содержаться следующие данные:

- порядковый номер и дата выписки счета-фактуры;
- наименование, адрес и ИНН покупателя;
- наименование и адрес грузоотправителя и грузополучателя;
- номер платежно-расчетного документа в случае получения авансовых или иных платежей в счет предстоящих поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг;
- наименование поставляемых товаров, описание выполненных работ, оказанных услуг, единицы их измерения;
- объем поставляемых товаров, работ, услуг, исходя из принятых по ним единицам измерения;
- цена за единицу измерения по документу-основанию без учета налога, а в случае применения государственных тарифов, включающих в себя налог, с учетом суммы налога;
- итоговая стоимость за все количество товаров, работ, услуг;
- сумма акциза по подакцизным товарам (при наличии таких товаров);
- налоговая ставка;
- сумма налога, предъявляемая покупателю;
- итоговая стоимость за все количество товаров, работ, услуг с учетом суммы налога;
- страна происхождения товара;
- номер таможенной декларации;
- подписи сторон, реквизиты покупателя и заказчика [4].

Так, наличие счета-фактуры позволяет заказчику не только документально подтвердить на таможне факт приема-передачи товаров, работ, услуг, их стоимость, но и принять НДС к вычету.

7. Грузовая таможенная декларация. Служит для сообщения участниками внешнеторговой деятельности таможенному учреждению всех необходимых сведений о товаре и внешнеторговой операции, которая совершается с иностранными контрагентами, а также для подтверждения законности ввоза и вывоза товара органами таможенного контроля.

В декларации указываются:

- грузоотправитель и грузополучатель;
- наименование товара, страна его происхождения, количество и масса;
- условия поставки;
- цена товара в валюте, курс валюты;
- вид транспорта и место погрузки;
- предполагаемые органы транзита;
- страна транзита;
- дополнительная информация по товару: сертификаты, разрешения, уведомления и пр.;
- отметки органов отправления.

После прохождения таможенного контроля грузовая таможенная декларация приобретает значение «международного таможенного паспорта» товара, имеющего должную юридическую силу за рубежом [9].

8. Транспортные накладные. Товарно-транспортная накладная предназначена для учета движения товарно-материальных ценностей и расчетов за их перевозки автомобильным транспортом.

Согласно п. 1.2. Постановления Госкомстата России от 28 ноября 1997 г. №78, автотранспортным организациям при перевозке грузов рекомендуется оформлять товарно-

транспортную накладную по форме №1-Т. Форма товарно-транспортной накладной состоит из двух разделов – товарного и транспортного – и включает в себя:

- сведения о грузоотправителе и грузополучателе;
- наименование организации, юридический адрес и банковские реквизиты плательщика;
- данные о товаре: количество, артикул, единицы измерения, цена, масса, номер преysкуранта и код продукции;
- подписи сторон о приемке/передаче товара;
- сведения о грузе: его наименование, вид упаковки, масса, код;
- данные об автотранспорте, перевозящем груз: марка, государственный номер регистрации, сведения о прицепах;
- информацию о водителях: ФИО, номер удостоверения и лицензионной карточки;
- данные о выполнении погрузочно-разгрузочных операций;
- прочие необходимые сведения (расстояние перевозки, код экспедирования груза, время простоя, суммы штрафов и т.д.) [4].

Первым документом учета несырьевого товара является внешнеторговый контракт, договор поставки или договор оказания услуг. На основании этого документа происходит поставка. При поставке несырьевого товара могут заполняться следующие документы: товарно-транспортные накладные; акты-приемки выполненных работ, услуг; счета-фактуры; универсальные передаточные документы; грузовые таможенные декларации.

По данным первичной документации ведется бухгалтерский учет приобретения и реализации несырьевых экспортных товаров, который имеет особенности (табл. 2).

Таблица 2 – Особенности бухгалтерского учета экспортных операций несырьевых товаров [3]

Особенности бухгалтерского учета экспортных операций несырьевых товаров	Причины
1. Большинство расчетов осуществляется в иностранной валюте	из-за нестабильной экономической ситуации на рынке РФ большинство иностранных партнеров предпочитают использовать договоры, в которых обязательства привязаны к иностранной валюте
2. Необходимость открытия обособленных счетов введения экспортных операций	на основании данных валютного, торгового и налогового законодательства
3. Необходимость учета иных операций, связанных с экспортом несырьевых товаров	на основании данных ПБУ, Налогового кодекса РФ

Так, при проведении расчетов по несырьевым экспортным операциям часто используется иностранная валюта, что требует открытия дополнительного счета 52 «Валютные счета». Этот счет предназначен для учета наличия и движения денежных средств в иностранной валюте.

В упрощенном виде схема расчетов экспортных операций несырьевых товаров с применением счета 52 «Валютные счета» выглядит следующим образом (рис. 1):

1) На основании первичного документа предъявлен счет на оплату иностранному покупателю за отгруженный товар:

Дебет 62 «Расчеты с покупателями»

Кредит 90 «Продажи»

2) Отгруженный товар списан со склада по фактической себестоимости:

Дебет 90 «Продажи»

Кредит 43 «Готовая продукция»

3) С расчетного счета уплачена таможенная пошлина за таможенное оформление и отгрузку товара:

Дебет 44 «Расходы на продажу»

Кредит 51 «Расчетный счет»

4) Списаны накладные расходы за отчетный период

Дебет 90 «Продажи»

Кредит 44 «Расходы на продажу»



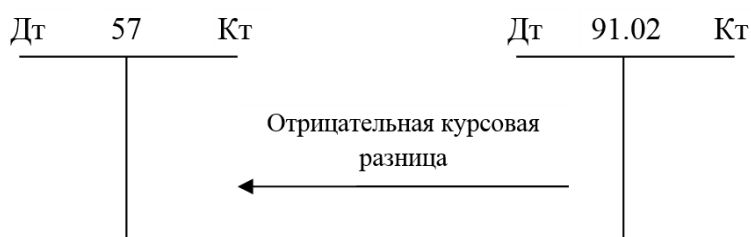


Рисунок 2 – Отражение отрицательной курсовой разницы

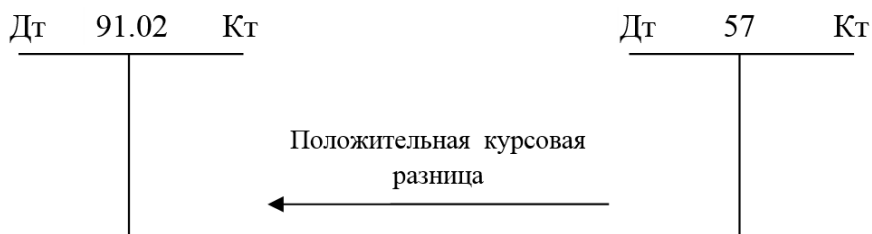


Рисунок 3 – Отражение положительной курсовой разницы

В соответствии с требованиями законодательства операции по экспорту учитываются на обособленных счетах.

Учет выручки по экспортным операциям ведется на счете 90 «Продажи» и формируется с помощью счетов 45 «Товары отгруженные» и 62 «Расчеты по экспортным операциям». Схемы открытия этих субсчетов представим на рисунках 4 и 5.



Рисунок 4 – Схема открытия субсчетов к счету 45 «Товары отгруженные»

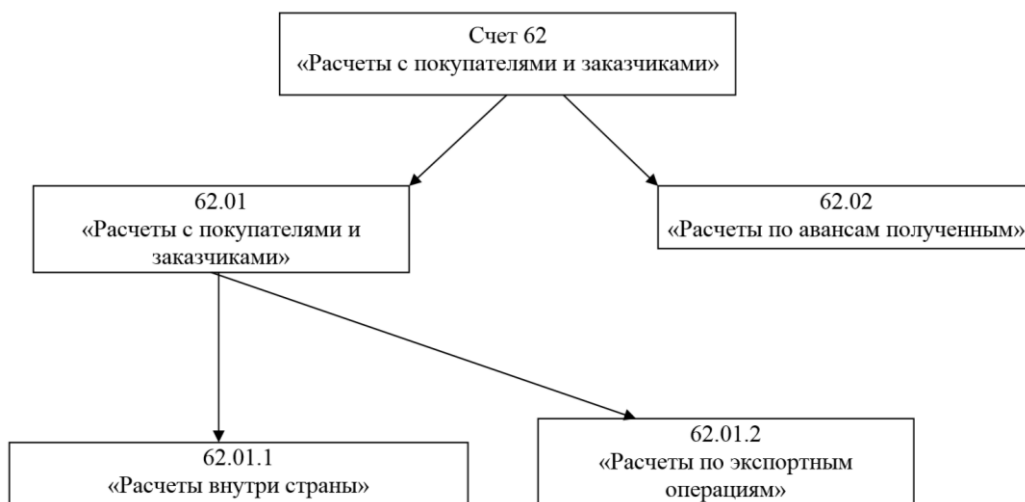


Рисунок 5 – Схема открытия субсчетов к счету 62 «Расчеты с покупателем и заказчиком»

Счет 45 «Товары отгруженные» предназначен для обобщения информации о наличии и движении отгруженной продукции, выручка от продажи которой определенное время не может быть признана в бухгалтерском учете.

В расчете экспортных операций несырьевых товаров с применением субсчетов счета 45 «Товары отгруженные» могут осуществляться следующие проводки:

1) Списаны товары, отгруженные на экспорт:

Дебет 45.01 «Товары и продукция отгруженные»

Кредит 41 «Товары»

2) Списана стоимость невозвратной тары, цена которой не включена в себестоимость продукции, на покупателя:

Дебет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Кредит 45.02 «Стоимость тары по отгруженной продукции»

Если в процессе экспорта были задействованы организации, то могут использоваться следующие проводки:

1) Отражена сумма, оплаченная сторонней организацией за страховку товара:

Дебет 45.04 «Страхование»

Кредит 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

2) Отгружена готовая продукция на комиссионных началах:

Дебет 45.05 «Продажа товаров по договору комиссии»

Кредит 43 «Готовая продукция»

Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» предназначен для обобщения информации о расчетах с покупателями и заказчиками.

В расчете экспортных операций несырьевых товаров с применением субсчетов счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» могут осуществляться следующие проводки:

1) Поступила валютная выручка от иностранных покупателей за реализованную им продукцию:

Дебет 52 «Валютные счета»

Кредит 62.01.2 «Расчеты по экспортным операциям»

2) Осуществлен возврат покупателям полученных ранее авансов путем перечисления сумм с валютного счета:

Дебет 62.02 «Расчеты по авансам полученным»

Кредит 52 «Валютные счета»

Также для облегчения расчетов с зарубежными партнерами нередко используют дополнительные субсчета при учете НДС.

При учете экспорта сырьевых товаров, согласно законодательству, необходимо открывать дополнительные субсчета. При учете несырьевых товаров этого не требуется [3].

Однако в процессе экспорта несырьевых товаров могут быть применены прочие операции. Например, при расчете с поставщиками и заказчиками нередко применяют авансовые платежи, которые не включаются в налоговую базу, не учитываются при исчислении НДС. Авансы в бухгалтерском учете учитываются на счете 62.02 «Расчеты по авансам полученным». Примеры их проведения представлены выше.

Помимо авансовых платежей, в процессе экспорта фирмы иногда прибегают к услугам сторонних организаций. Как правило, эти операции отражаются на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». Их учет ведется аналогично учету расчетов с покупателями и заказчиками.

Таким образом, учет приобретения и реализации экспортных товаров ведется на основании первичных документов и имеет ряд особенностей.

Первичные документы включают в себя:

- внешнеторговый контракт;
- договор поставки;
- договор оказания услуг;

- накладные;
- акты сверки;
- счета-фактуры;
- грузовую таможенную декларацию;
- транспортные накладные.

К особенностям бухгалтерского учета экспортных операций несырьевых товаров можно отнести:

- 1) наличие валютных счетов;
- 2) возникновение курсовых разниц;
- 3) использование специальных счетов учета.

Список источников:

1. Делопроизводство. Организация и технологии документационного обеспечения управления [Электронный ресурс] // Библиотекарь.Ру. – URL: <http://www.bibliotekar.ru/deloproizvodstvo-1>.
2. Накладная – это что такое? Определение, виды, особенности и образцы [Электронный ресурс]. – URL: <https://businessman.ru/nakladnaya---eto-cto-takoe-opredelenie-vidyi-osobennosti-i-obraztsyi.html>.
3. Богаченко В.М. Начинающему бухгалтеру: любая проводка за пять минут. – Ростов н/Д: Феникс, 2015. – С. 130-161.
4. Счет-фактура. Транспортные накладные [Электронный ресурс] // Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит. – URL: [https://www.audit-it.ru/terms/taxation/schet\\_faktura.html](https://www.audit-it.ru/terms/taxation/schet_faktura.html).
5. Договор возмездного оказания услуг [Электронный ресурс] // Гражданское право. – URL: <http://www.gpravo.ru/lectures/98>.
6. Ибрагимова Д.Р. Проблема перехода от сырьевого экспорта к экспорту готовой продукции // Гражданское общество России: становление и пути развития: сборник статей участников VI Международного научного студенческого конгресса. – М.: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2015. – С. 966-970.
7. Матвиенко Е.Ф. Некоторые подходы к классификации экспортных товаров: сырьевые и несырьевые товары [Электронный ресурс] // Современная наука: новые подходы и актуальные исследования: материалы Международной (заочной) научно-практической конференции / Под общей редакцией А.И. Востречева. – Нефтекамск: Научно-издательский центр «Мир науки», 2018. – 1 оптический компакт-диск (CDROM). – С. 310-314.
8. Новокрещенова С.С. Порядок документального оформления налогообложения налогом на добавленную стоимость при экспорте и импорте товаров // Молодежь и наука. – 2017. – №4-3. – С. 37.
9. Как и когда заполнять номер ГТД в счете-фактуре в 2019 году [Электронный ресурс] / Простая бухгалтерия. – URL: <http://buhland.ru/nomer-gtd-v-schete-fakture>.
10. Классификация экспортных товаров [Электронный ресурс] / Российский экспортный центр. – URL: [https://www.exportcenter.ru/international\\_markets/classification](https://www.exportcenter.ru/international_markets/classification).
11. Заключение внешнеторгового контракта [Электронный ресурс] / Экспортный портал Удмуртской области. – URL: <https://www.udmexport.ru/ru/content/zaklyuchenie-vneshnetorgovogo-kontrakta/>.
12. Юсупов Р.М. Учетная политика фирмы в части экспортно-импортных операций // Глобальный научный потенциал. – 2018. – №6 (87). – С. 48-50.

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 658.8:620.9

Пьянова Н.В., Лыгина Н.И., Фролова А.А.

### МАРКЕТИНГ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ

*Пьянова Наталия Викторовна; кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: lyginani@mail.ru*

*Лыгина Нина Ивановна; доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: lyginani@mail.ru*

*Фролова Александра Андреевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: lyginani@mail.ru*

*В современном мире вопрос энергосбережения является одним из самых острых. Наша страна способна решать не только свои энергетические проблемы, но и обеспечивать другие государства нефтью, газом, нефтепродуктами в стратегически значимых объемах. Несмотря на полную ресурсообеспеченность, России необходимо предотвратить возникновение энергорасточительности, так как эффективное хозяйствование при открытой рыночной экономике является важнейшим фактором конкурентоспособности российских товаров и услуг. На наш взгляд, энергосбережение должно стать стратегической задачей государства, представляющей собой главный способ обеспечения энергетической безопасности и единственный действенный метод получения высоких доходов от экспорта сырья.*

*Ключевые слова: ресурсоэффективность, энергосбережение, энергоёмкость, энергетический маркетинг, ресурсообеспеченность.*

**Ryanova N.V., Lygina N.I., Frolova A.A.**

### MARKETING OF ENERGY-SAVING

*Ryanova Natalia Viktorovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru*

*Lygina Nina Ivanovna, doctor of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru*

*Frolova Alexandra Andreevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru*

*The problem of energy saving is one of the most significant in the modern world. Having sufficient resources our country can solve both its and other states power problems delivering to them oil, gas, mineral oil in strategically significant volumes. Despite the provision of the resources is necessary to prevent conspicuous energy consumption as effective management under open market economy is the major factor of competitiveness of Russian goods and services.*

*In our opinion, energy saving should become a strategic problem of the state, as the main way of maintenance of power security and the unique effective method to get high incomes from export of raw materials.*

*Keywords: efficiency of the resources, energy saving, power consumption, power marketing, provision with resources.*

Энергосбережение представляет собой исполнение совокупности технических, научных, экономических, правовых, организационных и прочих мер, необходимых для рационального использования и рационального расходования энергетических ресурсов.

На данном этапе развития нашей страны наиболее актуальным является энергосбережение в сфере ЖКХ. Основными барьерами на пути к ресурсоэффективности являются сдерживание роста тарифов для потребителей, отсутствие материальных возможностей у предприятий ЖКХ на внедрение энергосберегающих технологий и, пожалуй, самое главное – недостаток массовой бытовой культуры энергосбережения. Энергосбережение основано на 3 основных правилах:

- рациональное использование ресурсов и поиск новых источников энергосбережения;
- использование промышленных и бытовых приборов учета энергии;
- сокращение энергоемкости производства путем внедрения новых технологий.

В 2009 году вышел Федеральный закон № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», после чего началось становление рынка энергосбережения, а также формирование новой ветви маркетинга – маркетинга энергосбережения.

В энергетике маркетинг является процессом, благодаря которому компании получают прибыль путем создания и укрепления взаимоотношения с клиентами. Следует отметить, что энергетический маркетинг обладает отличительными чертами.

Так, к субъектам электроэнергетики можно отнести юридических лиц, которые осуществляют свою деятельность в данной отрасли. Необходимость маркетингового подхода можно рассматривать для следующих видов деятельности:

- Исследование поставщиков и прочих организаций, интересующихся данной сферой.
- Производство энергии.
- Ценообразование на энергетическую продукцию.
- Внедрение новых услуг и управление спросом на продукцию.
- Реализация продукции и услуг.

Ко второй группе субъектов электроэнергетики можно отнести потребителей данной продукции и услуг. Ими являются как юридические, так и физические лица, приобретающие энергетические ресурсы для удовлетворения собственных потребностей.

Компании-производителю необходимо решить три задачи: во-первых, уменьшить расходы при выработке электроэнергии; во-вторых, наиболее выгодно продать, в-третьих, инвестиционная политика для усовершенствования производственных мощностей.

Решение вышеперечисленных задач неразрывно связано с таким понятием, как «энергетическая продукция». Энергетическая продукция – это объем произведенной теплоты, а также энергии, которые исчисляются как в стоимостных показателях, так и в натуральных единицах. Главными факторами, определяющими объем производства, являются энергия и мощность. Мощность, основанная на своих технологических особенностях, способна функционировать только на оптовом рынке. У данной продукции отсутствует вес, форма и прочее, производство равно потреблению. Ее нельзя запасти (к исключению следует отнести небольшие количества в аккумуляторах), предвидеть объем потребления энергии также невозможно. Качество электроэнергии зависит как от производителя, так и от потребителя. На основании ограниченности ассортимента, предоставляемого энергетическими компаниями, важнейшим фактором являются тарифы на электроэнергию. Для успешной продажи товара необходимы определенные услуги. Услуги – это выгоды, предоставляемые потребителю энергетической компанией. К ним можно отнести: ремонт и техническое обслуживание энергоустановок, энергетический консалтинг, поддержку энергосбережения и т.д.

Энергетические услуги имеют определенные сходства с энергетической продукцией, а именно: отсутствие возможности накопления для их оказания; присутствие одновременно и производителя, и потребителя. В процессе предоставления может измениться и качество услуги.

Энергетический маркетинг затрагивает прогнозную деятельность предприятия. Обычно выделяют долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные прогнозы.

– Долгосрочные прогнозы (от 15 до 20 лет) – это разработка программ по развитию энергетики на разных уровнях власти. Определение факторов, влияющих на ее развитие (демографических, климатических, экономических, социальных, инновационных и пр.) является неотъемлемой частью долгосрочных прогнозов.

– Среднесрочные прогнозы (от 3 до 10 лет) существуют для расчета введения новых мощностей и увеличения масштабов производства.

– Краткосрочные прогнозы (от 24 до 168 часов) используются для текущей работы энергоустановок. Благодаря им можно выявить пиковую и почасовую нагрузку, а также суточное потребление энергии.

Следующей ветвью энергетического маркетинга являются маркетинговые исследования, которые направлены на удовлетворение информационных потребностей энергетической компании. Исследования в маркетинге энергетики принято делить на комплексные и специализированные.

Комплексные исследования необходимы при создании нового продукта (услуги) или энергетической компании. Для осуществления данного вида исследования следует изучить: конкурентоспособность существующих на рынке товаров (услуг), ключевых трендов развития, групп потребителей, поставщиков, конкурентов, особенности ценовой конъюнктуры.

Специализированные маркетинговые исследования предназначены для решения отдельной проблемы компании, связанной с прогнозированием спроса на энергию, ценовой политикой, имиджем компании, рекламой. Для разработки ценовой политики энергокомпания использует специализированные маркетинговые исследования, особенно при расчете тарифов, распределении затрат, а главное – при заинтересованности в информации для оценки ценовой эластичности спроса. При возникновении необходимости в составлении краткосрочного или долгосрочного прогноза спроса специализированное маркетинговое исследование формирует прогноз потребности в энергии, оценивает платежеспособность потребителей. Для проведения маркетингового исследования проблем сбыта продуктов (услуг) энергетики деятельность энергокомпании анализируется по следующим пунктам:

- действие внешних факторов, оказавших влияние на деятельность ранее (изменение законопроектов, поведение конкурентов, поставщиков и т.д.);
- цены энергетических продуктов (услуг);
- выделение групп потребителей;
- дебиторская задолженность;
- особенности реализации по разным периодам и каналам сбыта;
- виды энергопродуктов (услуг).

В связи с разделением энергетических компаний на сбытовые, сетевые, генерирующие различаются и задачи маркетингового исследования.

Генерирующая компания, отдаленная от розничного рынка посредниками, не нуждается в маркетинге потребительских энергоуслуг. Для данной компании будут важны: мощность, поставщики и ремонтное обслуживание, ценовые модели, прочие энергокомпания-конкуренты. Для сбытовой компании будут важны: законодательное регулирование тарифов, энергосбережение, спрос на энергию.

Для продвижения компании главным способом маркетинга будут являться связи с общественностью, создание положительных мнений о компании у поставщиков, потребителей, экологических организаций, участие в общественной деятельности.

Для стимулирования потребителей необходимо проводить маркетинговые исследования в области управления спросом. Следует рассмотреть потенциал энергосбережения, информацию о вариантах регулирования режимов потребления. На основании этой информации можно составить программу управления потреблением энергии. Программа управления потреблением положительно влияет на энергосбережение по следующим аспектам:

- выравнивание графика нагрузки энергопотребления (цены, рассчитанные на основании данных о времени года, суток, рабочих и нерабочих днях);
- выпуск энергии во время падения нагрузки;
- снижение пиков потребления;
- энергосбережение посредством установки современных трубопроводов, прочего оборудования, внедрение энергосберегающих технологий;
- увеличение реализации энергии.

Стимулирование потребителей на увеличение эффективности использования энергии включает в себя:

- Установление у потребителей энергосберегающего оборудования посредством минимизации цен (скидки, ссуды).
- Низкие цены на энергетическую продукцию и услуги.
- Материальное поощрение потребителей (за подключение, продление договора обслуживания).
- Нематериальное стимулирование (информирование об энергетических услугах в СМИ и т.д.).

Вышеперечисленные мероприятия позволят добиться энергосбережения и повысить конкурентоспособность энергетических компаний.

Существует ряд особенностей при постановке маркетинговых целей для энергетических компаний, осуществляющих генерацию, сетевое обслуживание и энергосбыт. К основным целям для генерирующей компании можно отнести: оценку конкурентоспособности, анализ рынка в целом и по секторам, анализ по структуре продаж, формирование ценовой политики продукции и услуг. На основании того, что генерирующая компания – это субъект оптового рынка, ей необходим сбор и анализ информации о более выгодных потребителях, своих конкурентных преимуществах и недостатках, о главных конкурентах.

Для сетевых компаний маркетинговая деятельность заключается в следующем. Во-первых, разделение рынка на сегменты (по мощности), прогнозирование спроса, формирование базы клиентов. Во-вторых, стоимостной анализ (требуется определить наименьшее и избавиться от неоправданных затрат на исполнение определенных функций, а также создать алгоритм управления качеством технологического процесса). Данное направление маркетинга является особенно актуальным на уровне сетевого комплекса города, так как появляется возможность выявления перегрузки сетей, ограничения подключения новых потребителей на этом участке, определения качества энергосбережения и разработки наиболее эффективной модели энергокомплекса. В-третьих, формирование тарифов для потребителей, в частности платы за подключение, надбавки и скидки, применяемые к основным тарифам, на основании требований потребителей к надежности электроснабжения (резервное оборудование, перемены в снабжении), повышение платы за пользование энергией в моменты пиковой нагрузки, расчеты за дополнительное обслуживание оборудования, принадлежащего абонентам. В-четвертых, анализ ресурсного рынка. В-пятых, формирование системы новых услуг. В-шестых, управление энергосбережением в целях контроля спроса.

Задачи маркетинга для сбытовых компаний определяются исследованием рынков энергии (розничного и оптового), управлением потерями энергии, анализом конкурентов.

Анализ конкурентов и рынка – это традиционные направления для энергокомпаний, которые подразумевают: сегментацию потребителей, прогноз цен на энергию, оценку конкурентоспособности.

Для сетевой компании необходимо регулировать уровень коммерческих потерь. Это обусловлено финансовой ответственностью перед контрагентами из-за платежной дисциплинированности потребителей.

В этой связи необходимо разработать систему уменьшения потерь и повысить дисциплину потребителей. Эти меры возможно осуществить путем ограничения подачи энергии некоторым потребителям, создания разных схем оплаты, перехода на систему предоплаты.

Для повышения энергоспособности сетевой энергокомпании необходимо прибегнуть к диверсификации бизнеса. Маркетинг в этом случае должен определить набор услуг, оказываемый компанией (услуги связи и водоснабжения, продажа оборудования для измерения энергии и т.д.).

Исследование структуры рынка является основным элементом маркетинга. На данном этапе в нашей стране существуют два уровня рынка электроэнергии и мощности: оптовый и розничный. Оптовым рынком является сфера обращения электроэнергии в рамках Единой энергетической системы (ЕЭС) государства, представляющая собой объединение объектов производства, находящихся в европейской части страны, Забайкалья и Сибири и связанных единым процессом производства и реализации в условиях централизованного диспетчерского управления.

Сфера обращения оптового рынка включает в себя электроэнергию и сопряженную с ней мощность. Это продиктовано технологическими особенностями в рамках ЕЭС.

На основании ст. 31 Федерального закона «Об электроэнергетике», в состав субъектов оптового рынка входят участники обращения с электрической энергией и (или) мощностью – поставщики электрической энергии (генерирующие компании) и покупатели электрической энергии (энергосбытовые организации, крупные потребители электрической энергии, гарантирующие поставщики), получившие статус субъектов оптового рынка в порядке, установленном настоящим Федеральным законом: совет рынка; коммерческий оператор и иные организации, обеспечивающие в соответствии с правилами оптового рынка и договором о присоединении к торговой системе оптового рынка функционирование коммерческой инфраструктуры оптового рынка; организации, обеспечивающие функционирование технологической инфраструктуры оптового рынка (организация по управлению единой национальной (общероссийской) электрической сетью, системный оператор). Организация оптового рынка основана на саморегулировании деятельности его участников, в том числе посредством участия совета рынка в разработке правил оптового рынка и при формировании постоянно действующей системы контроля за соблюдением указанных правил [1].

На взаимосвязи технологии и коммерции действующих организаций, осуществляющих выработку и сбыт энергии, построено функционирование российской энергосистемы.

Организации технологической инфраструктуры включают в себя:

1. Межрегиональные распределительные сетевые компании.
2. ОАО «Федеральная сетевая компания» – компания, управляющая единой национальной электрической сетью.
3. ОАО «Системный оператор Единой энергетической системы» осуществляет диспетчерское управление.

Деятельность всех вышеперечисленных организаций регулируется государством.

Генерирующие компании производят выработку электроэнергии и реализуют ее на рынках сбытовым компаниям и крупнейшим потребителям. Сбытовые компании покупают электроэнергию и реализуют ее конечным потребителям. Осуществляют технологическое присоединение энергетических установок, электросетевое хозяйство к энергосетям и передачу электроэнергии по электрическим сетям сетевые компании. Такие виды деятельности являются монополией и находятся под контролем государства.

Оптовый рынок мощности и электроэнергии принято условно разделять на две зоны (рис. 1).

В субъектах, относящихся к неценовой зоне, невозможна организация рыночных отношений по технологическим причинам. Продажа мощности и электроэнергии осуществляется по регулируемым тарифам. В системах, где отсутствует технологическая связь с ЕЭС, оптовый рынок электроэнергии и мощности также отсутствует. Поставки электрической электроэнергии идут посредством регулируемых розничных рынков.

Сектор регулируемых договоров (РД) и свободных договоров (СД) (их общим названием является сектор долгосрочных двусторонних договоров), балансирующий рынок (БР) и

рынок на сутки вперед (РСВ) различаются между собой сроками поставки и условиями заключения договоров, а также существуют лишь на оптовом рынке.

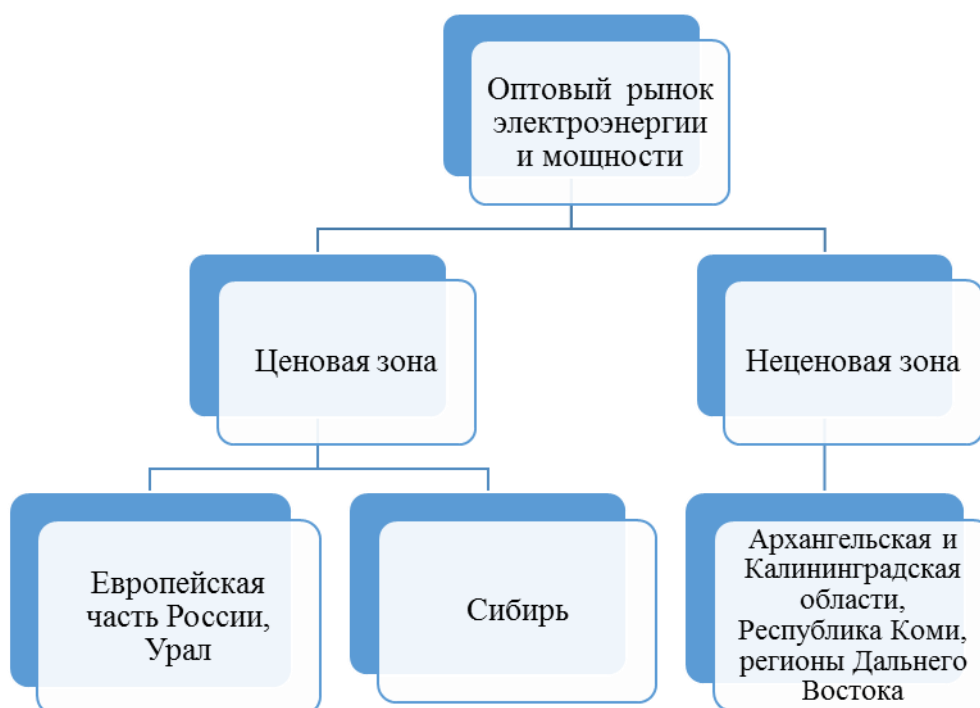


Рисунок 1 – Схема зонирования оптового рынка

В ценовой зоне оптового рынка регулируемые договоры заключаются в отношении мощности, отведенной для населения, а также гарантирующим поставщикам (Республики Бурятия и Тыва, Северный Кавказ). Федеральные органы исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов определяют формулы индексации цен для определения стоимости на поставку электрической энергии и мощности. Федеральная служба по тарифам составляет сводный прогнозный баланс производства и поставок электроэнергии для определения объемов отпуска электроэнергии и мощности. Находящийся в сводном балансе производитель не может поставлять регулируемым договорам более 35% от полного объема поставки на оптовый рынок. На рынках на сутки вперед и балансирующих рынках отпускаются объемы, не покрываемые регулируемыми договорами по нерегулируемым ценам. При свободных договорах объемы поставки и цены определяются участниками рынка свободно.

Установка цен на электроэнергию в неценовой зоне оптового рынка регулируется Постановлением Правительства РФ от 29.12.2011 №1178. На основании данного документа установление предельных уровней тарифов возложено на Федеральную антимонопольную службу.

Уровни цен на розничных рынках рассчитываются гарантирующим поставщиком по следующим категориям:

- Учет производится за расчетный период в целом.
- Вычисляется по зонам суток расчетного периода.
- Тариф в одноставочном выражении (для тех потребителей, кто осуществляет почасовой учёт).
- Тариф в двуставочном выражении (также для потребителей с почасовым учётом).
- Тариф в одноставочном выражении (при осуществлении почасового планирования).
- Тариф в двуставочном выражении (также при осуществлении почасового планирования).

Потребитель вправе сам выбирать ценовую категорию. После принятия решения необходимо в течение одного месяца оповестить гарантирующего поставщика. При выборе последних трех категорий уведомления гарантирующему поставщику необходимо отослать за десять дней до начала расчетного периода. Гарантирующий поставщик должен рассчитывать таких потребителей по ценовой категории, указанной в уведомлении.

Для потребителей с присоединенной мощностью свыше 750 кВА, определивших для расчетов последние 2 категории, стоимость отклонений объема потребления фактическая от договорной рассчитывается в соответствии с порядком применения нерегулируемых цен. Для тех, кто не выбрал данные категории, расчеты производятся на основании показаний приборов учета энергии, то есть по фактическим объемам потребления в данном периоде.

Несмотря на активное развитие рынков энергетики, их существование невозможно без энергосбережения. На данном этапе развития создано множество технологий, позволяющих более бережно использовать ресурсы. Большинство таких разработок направлено на потребителей (энергосберегающие лампы, современная бытовая техника и т.д.), это позволяет не только экономить ресурсы, но и существенно снижать затраты на их приобретение. Стоит отметить, что имеется масса альтернатив для бытового использования энергии (отапливать дом возможно тепловой, газовой или электрической энергией; для кухонных плит можно сделать выбор между газом и электроэнергией), что также позволит сэкономить один из видов ресурсов.

Для экономики страны было бы эффективно ввести энергосбережение, так как мы не только сможем рационально использовать ресурсы, но и увеличить конкуренцию между фирмами и необходимость в маркетинговых исследованиях, снизить уровень безработицы (посредством появления на рынке новых фирм по производству и установке энергосберегающего оборудования).

Но ввести полное энергосбережение во всех отраслях нашей страны невозможно по следующим причинам (табл. 1).

Таблица 1 – Проблема энергосбережения

ЖКХ	Строительство	Производство и предприятия
Отсутствие возможности установки квартирных приборов учета из-за конструктивных особенностей и изношенности оборудования	Использование дешевых и не энергосберегающих стройматериалов	Недостаток финансов для покупки новой техники
Отсутствие мотивации потребителей к сбережению ресурсов	Старые системы вентиляции (ведут к теплопотерям)	Слабые организационные меры по обеспечению энергосберегающих мероприятий
Ветхий жилой фонд и коммунации, ведущие к увеличению потерь	Отсутствие применения новых строительных технологий	Используемое оборудование не соответствует требованиям энергоэффективности
Недостаток финансирования на реконструкцию и модернизацию жилого фонда	Отсутствие использования альтернативных источников энергии (солнечные батареи, ветровые генераторы, тепловые насосы)	Применение устаревших технологий в производстве

Вышеупомянутые проблемы энергосбережения затрагивают лишь некоторые отрасли хозяйственной деятельности страны. В таких сферах, как металлургия, топливно-энергетический комплекс, агропромышленный комплекс, транспортное хозяйство и т.д., проблема энергосбережения стоит не менее остро. В связи с тем, что человек в последнее время начал сильнее ценить экологически чистые материалы, необходимо сказать о влиянии энергосбережения на экологию. При помощи достижений технического прогресса можно эффективно использовать экологически чистые источники энергии, утилизировать отходы

согласно правилам, преобразуя их в другие производные, и тогда вредное воздействие на природу будет сведено к минимуму.

Следовательно, можно сказать о становлении энергетического рынка, а также о появлении экономических взаимоотношений на основании реализации энергетических услуг и продукции как особого вида товаров. Это требует использования инструментов маркетинга для управления энергокомпанией, несмотря на то, является ли компания сбытовой, сетевой или генерирующей. Следует отметить, что развитие данной отрасли еще не завершено. Необходимо принятие усовершенствованного законодательства для развития конкурентной среды в области энергетики.

Список источников:

1. Федеральный закон «Об электроэнергетике» №35-ФЗ от 26.03.2003 г. (ред. от 29.07.2018 г.) [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_41502/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41502/).
2. Федеральный закон «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» №261-ФЗ от 23.11.2009 г. [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_93978/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_93978/).
3. Постановление правительства Российской Федерации «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике» №1178 от 29.12.2011 г [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_125116/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_125116/).
4. Анчарова Т.В., Стебунов Е.Д., Рашевская М.А. Электроснабжение и электрооборудование зданий и сооружений. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. – 416 с.
5. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 252 с.
6. Белашова М.А. Анализ состояния жилищной сферы Орловской области // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 6 (24). – С. 36-42.
7. Ежов В.С., Семичева Н.Е., Бурцев А.П. Повышение энергоэффективности зданий при утилизации тепловых потерь через наружные ограждения // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2016. – № 1 (64). – С. 102-105.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2016. – 496 с.
9. Комков В.А., Тиманова Н.С. Энергосбережение в жилищно-коммунальном хозяйстве. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 208 с.
10. Крылова А.В., Дерменжи М.И. Прогнозирование мирового потребления топливно-энергетических ресурсов на примере сотрудничества стран БРИКС // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 5 (17). – С. 34-39.
11. Марабаева Л.В., Сысоева Е.А. Энергоэффективность светотехнической продукции: мировые тенденции и российская практика // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – Т. 62. – № 3. – С. 98-107.
12. Осокин В.Л., Папков Б.В., Горохов В.А. Методические вопросы объективной оценки потенциала энергосбережения // Вестник НГИЭИ. – 2016. – № 4 (59). – С. 98-105.
13. Паршутина И.Г. Стратегическое управление социально-экономическим развитием г. Орла // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1 (19). – С. 47-51.
14. Порфирьев Б.Н., Рогинко С.А. Альтернативная энергетика и социально ориентированная экономика // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2016. – № 3. – С. 4-19.
15. Сардак С.Э., Сливенко А.В. Реализация программ энергосбережения в системе государственного управления (на примере Украины) // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 4. – С. 173-177.
16. Цёхла С.Ю., Плугарь Е.В. Научно-методический подход к определению расходов рекреационных ресурсов с учетом сезонных периодов // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (40). – С. 71-75.

**УДК 658.84:655.4**

**Лисичкина Н.В., Жучков А.А., Кузина А.В.**

### **СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО НАУЧНОГО ИЗДАНИЯ**

*Лисичкина Наталия Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; магистрант ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: natalyorel@hotmail.com*

*Жучков Александр Александрович, кандидат технических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12; магистрант ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: almanah-ogiet@mail.ru*

*Кузина Алина Владимировна, кандидат биологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12; магистрант ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: alina-ork@yandex.ru*

*Современным российским университетам приходится решать множество задач, не связанных напрямую с организацией образовательного процесса, но необходимых для профессионального развития научно-педагогических работников и распространения инновационного опыта. Одной из таких задач является обеспечение возможности регулярно публиковать результаты научных исследований, проводимых преподавателями и обучающимися. Проведение научных мероприятий с изданием рецензируемых сборников материалов (тезисов), как и выпуск «вузовского» научного журнала, традиционно считается не только оптимальным способом решения данной задачи, но и важным элементом имиджевой политики университета. Однако, выбирая «локальное» название для издаваемого вузом журнала или серии сборников, следует учитывать, что на определенном этапе развития это название может стать препятствием для успешного продвижения издания на международном уровне.*

*Ключевые слова: научный журнал, научная периодика, сериальное издание, научная коммуникация, наукометрия, цитирование, рейтинг.*

**Lisichkina N.V., Zhuchkov A.A., Kuzina A.V.**

### **PROMOTION SPECIFICITY OF MODERN SCIENTIFIC PERIODICAL**

*Lisichkina Nataliya Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: natalyorel@hotmail.com*

*Zhuchkov Alexander Aleksandrovich, Candidate of Engineering Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: almanah-ogiet@mail.ru*

*Kuzina Alina Vladimirovna, Candidate of Biological Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: alina-ork@yandex.ru*

*Modern Russian universities have to solve a number of problems which are not directly connected with educational process, but are necessary for professional development of scientific and pedagogical researchers*

*and dissemination of innovative experience. The possibility to publish the results of scientific researches of professors and students regularly is one of such problems. Scientific events with the edition of reviewed collected articles (theses), as well as edition of “university” scientific journal are traditionally considered not only the optimum solution of the problem, but also an important element of image policy of the university. However, choosing the “local” title for the journal published by the university or the series of collections, it is necessary to remember that at a certain development stage the title can become an obstacle for successful promotion of the edition at the international level.*

*Keywords: scientific journal, scientific periodical, serial edition, scientific communication, scientometrics, citing, rating.*

Одной из важнейших задач научной деятельности современного российского вуза является предоставление профессорско-преподавательскому составу и обучающимся возможности опубликовать результаты научных исследований в рецензируемых изданиях. Регулярное проведение в вузе научных мероприятий (конференций, симпозиумов, форумов, круглых столов) национального или международного уровня с изданием материалов (статей, тезисов) в форме серии сборников, альманаха или журнала позволяет успешно решить эту задачу. Привлечение преподавателей и научных сотрудников вуза к рецензированию материалов, присылаемых в оргкомитет (редакцию), не только позволяет обеспечить достаточно высокий научный уровень мероприятия за счет экспертной оценки заявок и отбора для публикации наиболее «качественных» докладов (статей), но и способствует профессиональному развитию самих рецензентов [8]. Успешное продвижение издания, включение его материалов в национальные и глобальные индексы цитирования невозможны без систематического, комплексного повышения общего уровня информационной обеспеченности образовательной и научной деятельности, что в конечном итоге положительно влияет на репутацию и рейтинг вуза [6].

Выпуск «вузовского» научного журнала традиционно считается не только оптимальным способом повышения публикационной активности преподавателей и студентов, но и элементом имиджевой политики – своеобразным инструментом популяризации университета, обеспечения «узнаваемости» его названия. Придерживаясь этой точки зрения, многие российские университеты выбирают «локальные» наименования для своих журналов, включающие полное или сокращенное наименование вуза, выступающего в роли издателя (учредителя). Более мягкий вариант локализации предусматривает привязку названия к региону (городу) без указания конкретного образовательного учреждения (табл. 1).

Таблица 1 – Примеры локальных названий российских научных журналов

Тип названия	Журнал	Издательство (университет)
Название на русском языке, локальное – включающее полное наименование вуза (издательства)	Бюллетень Северного государственного медицинского университета	Северный государственный медицинский университет
	Вектор науки Тольяттинского государственного университета	Тольяттинский государственный университет
	Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева	Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева
	Известия Байкальского государственного университета	Байкальский государственный университет
	Научный вестник Новосибирского государственного технического университета	Новосибирский государственный технический университет
	Труды Российского государственного университета нефти и газа им. И.М. Губкина	Российский государственный университет нефти и газа (национальный исследовательский университет) им. И.М. Губкина

Тип названия	Журнал	Издательство (университет)
	Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана	Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана
Название на русском языке, локальное – включающее сокращенное наименование вуза (издательства)	Вестник ВСГУТУ	Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления
	Известия КГТУ	Калининградский государственный технический университет
	Научные записки НГУЭУ	Новосибирский государственный университет экономики и управления
	Труды МАИ	Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)
	Ученые записки ЦАГИ	Центральный аэрогидродинамический институт им. профессора Н.Е. Жуковского
Название на русском языке, локально-тематическое (комбинированное)	Вестник Московского государственного технического университета им. Н.Э. Баумана. Серия: Машиностроение	Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)
	Вестник Пермского университета. Юридические науки	Пермский государственный национальный исследовательский университет
	Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета	Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
	Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки	Тульский государственный университет
	Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки	Белгородский государственный национальный исследовательский университет
	Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент	Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики
	Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки	Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева
	Филологические науки в МГИМО	Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации
	Экономический журнал Высшей школы экономики	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Юридический вестник ДГУ	Дагестанский государственный университет	

Источник: составлено авторами с использованием материалов НЭБ eLIBRARY.RU.

Многочисленные «вестники», «известия», «записки», «труды» (иногда с присовокуплением эпитета «научные», «научно-технические» или «ученые») занимают более 20% в называемом «перечне ВАК» – официально утвержденном списке рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы результаты исследований российских ученых при подготовке к защите кандидатских и докторских диссертаций (табл. 2).

Таблица 2 – Типология локальных названий научных журналов в Перечне рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (по состоянию на 30.11.2018)

Тип локального названия	Количество изданий в перечне ВАК	Удельный вес, %
Вестник вуза	382	16,52
Известия вуза	65	2,81
Ученые записки вуза	27	1,17
Иное название издания, включающее полное или сокращенное наименование вуза	40	1,73
Название издания, не включающее полное или сокращенное наименование вуза	1798	77,77
- в том числе обновленное название издания, ранее включавшее полное или сокращенное наименование вуза	20	0,87
Общее количество изданий, название которых включает (или включало ранее) полное или сокращенное наименование вуза	534	23,10
Итого	2312	100,00

Источник: составлено авторами с использованием материалов ВАК. – URL: <http://vak.ed.gov.ru/87>.

Если журнал с «локальным» названием приобретает достаточно широкую известность и, успешно развиваясь, существует достаточно долго, то рано или поздно издательство сталкивается с одной из следующих проблем.

1. Непрозрачность локализации: если в качестве идентификатора издателя (учредителя) в названии журнала используется сокращенное или иным способом зашифрованное наименование вуза (табл. 3), то вероятность формирования гипериндивидуализированного имиджа издания, никак не связанного в сознании потребителя с образовательным учреждением (популяризации которого должна способствовать «раскрутка» журнала), повышается.

Таблица 3 – Примеры криптографических локальных названий научных журналов

Тип названия	Журнал	Издательство (университет)
Название на русском языке, локальное криптографическое – включающее косвенное или зашифрованное указание на наименование вуза (издательства)	Астраханский медицинский журнал	Астраханский государственный медицинский университет
	Вестник педагогического университета	Таджикский государственный педагогический университет им. Садриддина Айни
	Дальневосточный аграрный вестник	Дальневосточный государственный аграрный университет
	Кантовский сборник	Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта
	Плехановский научный бюллетень	Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
	Ползуновский вестник	Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова
	Сеченовский вестник	Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет)
	Тихоокеанский медицинский журнал	Тихоокеанский государственный медицинский университет
	Ярославский педагогический вестник	Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского

Источник: составлено авторами с использованием материалов НЭБ eLIBRARY.RU.

2. Архаичность: при изменении официального наименования вуза, выступающего в качестве учредителя (издателя), название журнала автоматически устаревает и требует актуализации (табл. 4).

Таблица 4 – Примеры архаичных локальных названий российских научных журналов

Тип названия	Журнал	Издательство (университет)
Название на русском языке, локальное архаичное – включающее устаревшее наименование вуза (издательства)	Вестник ИрГСХА	Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского
	Вестник ОрелГИЭТ	Орловский государственный университет экономики и торговли
	Вестник Российской правовой академии	Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России)
	Записки Горного института	Санкт-Петербургский горный университет
	Известия Санкт-Петербургской лесотехнической академии	Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова

Источник: составлено авторами с использованием материалов НЭБ eLIBRARY.RU.

Изменение названия, на первый взгляд, операция не слишком трудоемкая. Иногда необходимо заменить всего одну или несколько букв, максимум – несколько слов в названии вуза, что не требует ни пересмотра концепции издания, ни изменения редакционной политики и сложившейся системы коммуникации с авторами, рецензентами и читателями. Однако чем успешнее была предшествующая деятельность издательства по продвижению журнала, чем глобальнее охват аудитории, чем большее количество наукометрических баз данных и систем цитирования индексируют публикуемые в журнале материалы, тем сложнее (и затратнее) провести полный ребрендинг. Как минимум, изменение названия (даже незначительное) вызовет необходимость перерегистрации издания в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор); присвоения нового ISSN; заключения дополнительных соглашений (в некоторых случаях – новых договоров) с научными электронными библиотеками (библиотечными системами) и другими системами продвижения; обновления сведений об издании во всех ведущих наукометрических базах данных и системах индексации (цитирования) научных публикаций. Даже после этого в течение длительного времени сохраняется риск неправильной индексации ссылок на публикуемые в журнале материалы, что может привести к необоснованному снижению импакт-фактора издания в национальных и международных базах данных наукометрической информации [1].

3. Избыточная локализация: при выходе издания на национальный или международный уровень распространения жесткая привязка названия к определенному образовательному учреждению может стать серьезным препятствием. В современной науке преобладают тенденции интернационализации, глобализации информационной среды [3]. Следовательно, стремящийся к завоеванию научного «рынка» журнал должен публиковать материалы, актуальные для ученых разных стран, а не результаты «местечковых» исследований. Важнейшим инструментом продвижения становится создание электронной версии (отдельного сайта) издания и индексация цифровых материалов (публикаций) в международных наукометрических базах данных и системах научного цитирования [4].

В результате постепенно смещается фокус локализации: для аутентичного восприятия журнала мировым научным сообществом и привлечения внимания целевой аудитории название должно быть максимально специализированным по тематике и при этом географически и лингвистически нейтральным (табл. 5).

Таблица 5 – Примеры названий российских научных журналов, ориентированных на глобальную (национальную, международную) аудиторию

Тип названия	Журнал	Издательство (университет)
Название на иностранном языке, локальное (региональное) – включающее указание на вуз или регион	Arctic Environmental Research	Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова
	Baikal Research Journal	Байкальский государственный университет
	Journal of Siberian Medical Sciences	Новосибирский государственный медицинский университет
Название на иностранном языке, специализированное (тематическое) или универсальное	Biological Communications (до 09.08.2018 – Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 3. Биология)	Санкт-Петербургский государственный университет
	Logos et Praxis (до 18.05.2018 – Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. Социология и социальные технологии)	Волгоградский государственный университет
	Terra Economicus	Южный федеральный университет
Название на русском языке, специализированное (тематическое)	Бизнес-информатика	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
	Вестник педагогических инноваций	Новосибирский государственный педагогический университет
	Вопросы лексикографии	Национальный исследовательский Томский государственный университет
	Глобальная ядерная безопасность	Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
	Сервис в России и за рубежом	Российский государственный университет туризма и сервиса
Название на русском языке, географически и тематически нейтральное (универсальное)	Дискурс	Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)
	Современная наука и инновации	Северо-Кавказский федеральный университет
	Форсайт	НИУ «Высшая школа экономики»

Источник: составлено авторами с использованием материалов НЭБ eLIBRARY.RU, ВАК.

Следует отметить, что избыточная «универсальность» – отсутствие в названии издания каких-либо указаний на тематику (научную специализацию) публикуемых материалов – также не приветствуется. Попытка присвоить новому научному журналу «универсальное» имя в научном сообществе может быть воспринято как всеядность – отсутствие у издателя (учредителя) продуманной концепции, готовность публиковать материалы любой тематики, руководствуясь исключительно коммерческими соображениями [5]. Подобное поведение зачастую характерно для «хищнических» или «мусорных» изданий, нарушающих один из основополагающих этических принципов научного журнала: отбор материалов для публикации на основе независимой и беспристрастной экспертизы (научного рецензирования) [7].

Борьба с подобными изданиями ведется во всем мире, включая и Россию. Например, ведущая российская научная электронная библиотека eLIBRARY.RU в 2017 году начала очистку национальной библиографической базы данных научного цитирования (РИНЦ) от недобросовестных и низкокачественных изданий, симулирующих научную периодику. На

первом этапе из базы были исключены 344 журнала [2]. Затем было исключено более 8 тысяч сборников трудов заочных конференций. Исключены также труды конференций, которые не позиционировались по форме проведения как заочные, но в действительности фактически не проводились. В подавляющем большинстве исключенные издания представляют собой мультидисциплинарные платные сборники статей, которые не проходили никакого научного рецензирования или отбора программным комитетом конференции.

Таким образом, любое издание, попадающее в национальные и международные наукометрические базы данных (глобальные системы/ индексы цитирования), фактически вступает в конкурентную борьбу (иногда даже не осознавая этого) с тысячами, десятками тысяч журналов, публикующих аналогичные по тематике материалы. Выбор удачного названия – уникального, стилистически и лингвистически безошибочного, позволяющего потенциальным читателям и авторам четко идентифицировать научный профиль издания – в этих условиях становится важнейшим инструментом продвижения.

Список источников:

1. Аксентьева М.С., Кириллова О.В., Москалева О.В. К вопросу цитирования в Web of Science и Scopus статей из российских журналов, имеющих переводные версии // Научная периодика: проблемы и решения. – 2013. – № 4 (16). – С. 4-18.
2. Исключение журналов из РИНЦ, ретракция статей и открытые рецензии: вопросы и ответы [Электронный ресурс]. – URL: [https://elibrary.ru/retraction\\_faq.asp](https://elibrary.ru/retraction_faq.asp) (дата обращения: 11.02.2019).
3. Кириллова О.В. Как оформить статью и научный журнал в целом для корректного индексирования в международных наукометрических базах данных // Научный редактор и издатель. – 2018. – Т. 3. – № 1-2. – С. 52-72.
4. Кириллова О.В., Кузнецов А.Ю., Диментов А.В., Лебедев В.В., Шварцман М.Е. Категории и критерии оценки российских журналов и программы их развития // Научная периодика: проблемы и решения. – 2014. – № 5 (23). – С. 20-34.
5. Методические рекомендации по подготовке и оформлению научных статей в журналах, индексируемых в международных наукометрических базах данных [Электронный ресурс] / Ассоциация научных редакторов и издателей; под общ. ред. О.В. Кирилловой. – М., 2017. – 144 с. – Режим доступа: [https://academy.rasep.ru/images/documents/rukovodstva/Методические\\_рекомендации\\_по\\_подготовке\\_и\\_оформлению\\_научных\\_статей\\_в\\_журналах\\_индексируемых\\_в\\_международных\\_наукометрических\\_базах\\_данных.pdf](https://academy.rasep.ru/images/documents/rukovodstva/Методические_рекомендации_по_подготовке_и_оформлению_научных_статей_в_журналах_индексируемых_в_международных_наукометрических_базах_данных.pdf) (дата обращения: 11.02.2019).
6. Разумова И.К., Кузнецов А.Ю., Кириллова О.В. Информационное обеспечение российских университетов по основным отраслям науки // Интеграция образования. – 2017. – Т. 21. – № 3 (88). – С. 505-521.
7. Beall J.B. Predatory publishers threaten the integrity of research and scholarly communication // Научное издание международного уровня – 2016: решение проблем издательской этики, рецензирования и подготовки публикаций: материалы 5-й Междунар. науч.-практ. конф. (г. Москва, 17-20 мая 2016 г.). – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2016. – С. 20-24.
8. Murji K. Peer review – a view from the social science // Научное издание международного уровня – 2016: решение проблем издательской этики, рецензирования и подготовки публикаций: материалы 5-й Междунар. науч.-практ. конф. (г. Москва, 17-20 мая 2016 г.). – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2016. – С. 44-49.

УДК 331.101.262:005.95

**Алехина Л.Л., Суханов Р.А.****РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ  
НА ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Алехина Лариса Леонидовна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: allar9372@mail.ru*

*Суханов Рустам Анатольевич; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: allar9372@mail.ru*

*Развитие современных хозяйствующих субъектов обуславливает необходимость использования тех или иных технологий кадрового роста в организации. Процесс развития человеческих ресурсов организации заключается в проведении мероприятий, способствующих полному раскрытию личностного потенциала работников и их способности вносить вклад в деятельность компании. Эффективность развития персонала, человеческих ресурсов организации зависит от правильно построенной и реализованной кадровой политики, выбора процесса обучения и использования персонала и осуществляется по следующим направлениям: подготовка и повышение квалификации персонала; работа с кадровым резервом; техническое и экономическое обучение. В каждом отдельном случае в рамках той или иной организации используются те или иные технологии кадрового развития. Вместе с тем, в статье рассматриваются основные направления современной кадровой политики организации. Фактором, определяющим эффективную деятельность организации и обеспечивающим ее конкурентные позиции на рынке, являются человеческие ресурсы и их кадровый потенциал. Работа с кадровым потенциалом не должна заканчиваться приемом персонала – на этапе деятельности данная работа должна идти по пути максимальной вовлеченности работника в управленческий процесс в направлении оптимальных решений в системе управления персоналом.*

*Ключевые слова: персонал, развитие, человеческие ресурсы, управление персоналом, кадровая политика, виды кадровой политики, кадровое развитие.*

**Alekhina L.L., Sukhanov R.A.****DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCES IN THE PERSONNEL CONTROL SYSTEM  
ON THE BASIS OF EFFECTIVE MANPOWER POLICY OF THE ORGANISATION**

*Alekhina Larisa Leonidovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: allar9372@mail.ru*

*Sukhanov Rustam Anatoljevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: allar9372@mail.ru*

*Development of modern managing subjects stipulates the necessity to use these or those technologies of personnel development in the organization. Development of human resources of the organization consists in carrying out of the actions promoting full disclosing of personal potential of workers and growth of their ability to contribute to company activity. Efficiency of personnel development and human resources of the organization depends on correctly constructed and realized personnel selection, and the choice of training process and use of the personnel. It also stipulates the urgency and importance of the given article. Personnel development at the enterprise is carried out in the following directions: training and professional development of the personnel; work with the personnel reserve; technical and economic training. In each separate case within the limits of this or that organization these or those technologies of personnel*

development are used. The basic directions of modern personnel selection of the organization are simultaneously considered in the article. Thus, human resources and their personnel potential are the factor defining effective activity of the organization and providing its competitive positions in the market. Work with personnel potential should not stop with personnel hiring. At the activity stage this work should go on the way of maximum involvement of the worker in administrative process and in the direction of optimum decisions in the personnel control system.

*Keywords: personnel, development, human resources, personnel management, personnel selection, kinds of manpower policy, personnel development.*

Развитие человеческих ресурсов предполагает изменение личностных ценностей, которое требует усвоения знаний и приобретение навыков. Любое нарушение динамического равновесия человека со средой вызывает внутренние противоречия личности, которые приводят ее к изменению и развитию. К внутренним противоречиям относят: противоречия между теми отношениями, которые человек волей обстоятельств, имеющихся возможностей, способностей осуществляет в реальной жизни, и теми, которые он мог бы осуществить в идеале своего развития. Схема стратегического развития человеческих ресурсов организации представлена на рисунке 1.

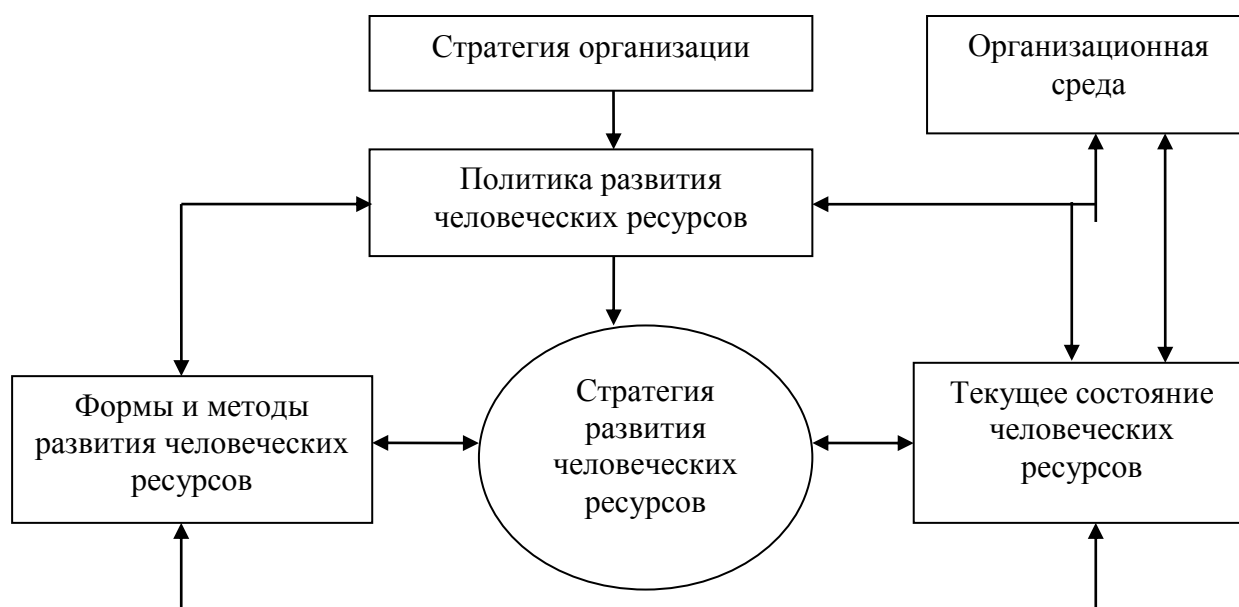


Рисунок 1 – Схема стратегического развития человеческих ресурсов организации

Развитие человеческих ресурсов направлено на повышение качества рабочей силы. Качество рабочей силы как экономическая категория выражает отношения между индивидом и обществом, работником и работодателем по поводу формирования и развития способностей человека к труду и степени их проявления в производственной деятельности.

Структура качества рабочей силы и ее соотношение со структурой личности представлены в таблице 1. Совокупность свойств человека, проявляющихся в процессе труда, образует определенную структуру, элементами которой являются:

- мотивационная составляющая (характеризуется мотивационной структурой);
- профессионально-квалификационная составляющая;
- интеллектуальные свойства;
- демографические характеристики, здоровье [3].

Качества рабочей силы – это перестройка ее внутренней структуры, проявляющейся в изменении множества и интенсивности свойств, обусловленная изменением связей между элементами.

Таблица 1 – Соотношение структуры личности и структуры качества рабочей силы

Подструктура личности	Элементы подструктуры личности	Элементы качества рабочей силы
Направленность	Убеждения, мировоззрения, идеалы, стремления, интересы, желания	Мотивационная структура
Опыт	Привычки, умения, навыки, знания	Квалификация (знания, умения, навыки)
Особенности психических процессов	Воля, чувства, восприятия, мышление, ощущения, эмоции, память	Интеллектуальные свойства
Биопсихические свойства	Темперамент, половые, возрастные свойства	Демографические характеристики, здоровье

Взаимосвязь элементов качества человеческих ресурсов изображена на рисунке 2.

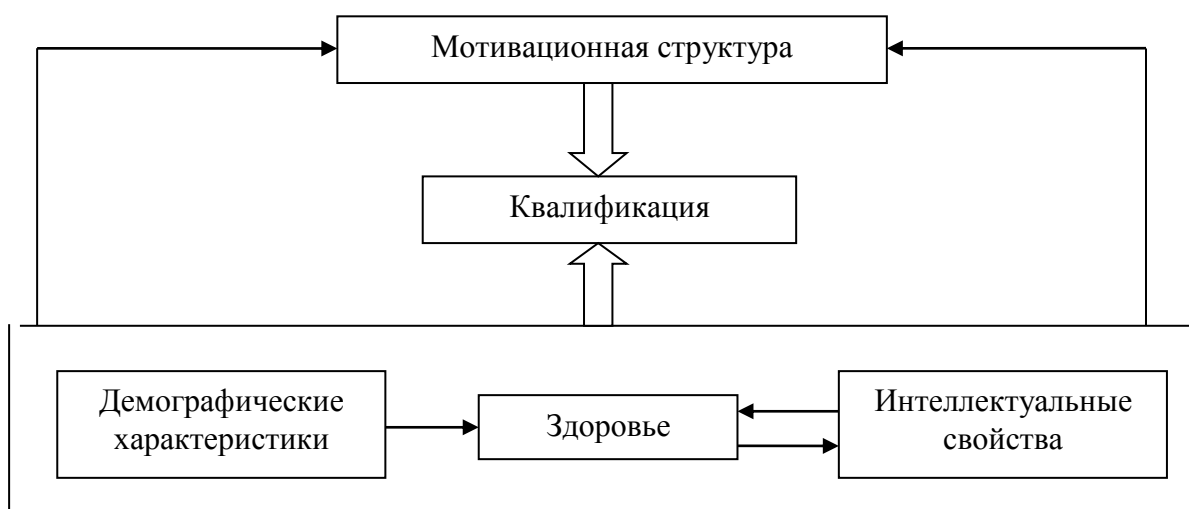


Рисунок 2 – Взаимосвязь элементов качества человеческих ресурсов

На изменение качества человеческих ресурсов действуют внешние факторы, которые, исходя из направленности действия, можно разбить на три группы:

- факторы прямого воздействия, непосредственно влияющие на качество человеческих ресурсов;
- факторы косвенного действия, воздействующие на изменение качества человеческих ресурсов опосредованно;
- условия, в которых действуют факторы, определяющие силу их действия и направленность.

К факторам прямого действия относятся факторы, непосредственно связанные с трудовой деятельностью и влияющие на степень реализации способностей человека к труду. Они тесно связаны с качеством трудовой жизни.

Качество трудовой жизни определяется наличием рабочих мест, где созданы условия для развития способностей человека к труду и гарантирован высокий и постоянный заработок.

Высокое качество трудовой жизни обеспечивается следующим:

- 1) работа должна быть интересной;
- 2) персонал должен получать справедливое вознаграждение;
- 3) работа должна соответствовать оптимальным условиям труда;
- 4) надзор со стороны руководства должен быть минимальным, но осуществляться всегда, когда в нем есть необходимость;
- 5) работники должны участвовать в принятии решений, затрагивающих их работу;
- 6) должны быть обеспечены средства бытового и медицинского обслуживания.

Поскольку качество трудовой жизни находит свое выражение в повышении чувства удовлетворенности трудом, в стремлении повысить свою квалификацию, т.е. способствует улучшению качественных характеристик человеческих ресурсов, то, соответственно, составляющие качества трудовой жизни можно рассматривать как факторы изменения качества рабочей силы.

К факторам косвенного действия причисляются факторы, влияющие на процесс превращения потенциальной рабочей силы в реальную. Они оказывают действие на изменение качества рабочей силы, вовлекаемой в трудовой процесс и связанной с общим уровнем качества рабочей силы. Сюда относят: состояние системы образования (как фактор формирования рабочей силы определенного качества); предложение рабочей силы на рынке труда; спрос на рабочую силу на рынке труда; цена рабочей силы, складывающаяся на рынке труда (зарботная плата).

Сила воздействия факторов, их направленность определяется условиями, в которых они действуют, а именно:

- социально-политические условия, определяющие цели и задачи формирования рабочей силы определенного качества и являющиеся основой, базисом для всех остальных факторов;
- научно-технический прогресс;
- экологические условия;
- демографическая ситуация.

Развитие человеческих ресурсов прямо воздействует на их конкурентоспособность. Рисунок 3 наглядно демонстрирует укрупненный алгоритм формирования стратегии конкурентоспособности человеческих ресурсов.



Рисунок 3 – Алгоритм формирования стратегии конкурентоспособности человеческих ресурсов в организации

Конкурентоспособность человеческих ресурсов в организации означает качество индивидуальных достижений работника, представляющих основной вклад в организационные достижения. Данный вид конкурентоспособности определяется качеством рабочей силы, творческими возможностями индивида, гарантированностью и продолжительностью рабочего дня и занятости, размером доходов [3].

Конкурентоспособность группы, ответственной за ход отдельно взятого трудового процесса, больше суммы составляющих ее частей. Это связано с тем, что, если отдельные работники не только хорошо работают в отдельности, но и отлично взаимодействуют между собой, можно получить системный эффект в виде дополнительного результата, который называют синергетическим эффектом. Синергетические свойства конкурентоспособности проявляются в результате совместного участия работников в общем трудовом процессе, специализации и кооперирования труда, развития внутригрупповых экономических отношений.

Конкурентоспособность человеческих ресурсов организации определяется конкурентоспособностью отдельных групп работников и в значительной мере зависит от механизма их функционирования в производственном процессе. Формирование конкурентоспособности человеческих ресурсов происходит под воздействием факторов, обуславливающих экономический рост организации. В ее формировании проявляется единство экономических и социальных процессов: работодатель ориентируется на достижение своих целей (повышение конкурентоспособности организации, получение прибыли, удовлетворение рыночной потребности в товарах и услугах и т.д.) путем качественного удовлетворения потребностей персонала в труде, а работники, в свою очередь, заинтересовываются общеорганизационными целями.

Обеспечение развития человеческих ресурсов должно основываться на формировании всех иерархических уровней организации, эффективных и устойчивых производственных отношений по факторам: интерес, ответственность, квалификация, полномочия.

Интерес и ответственность являются побуждающими факторами, определяющими эффективность трудовой деятельности человеческих ресурсов. Квалификация и полномочия являются средством, обеспечивающим достижение целевого результата и позволяющим реализовать ответственность и интересы работника.

Цель развития человеческих ресурсов состоит в поддержании их компетентности на уровне, соответствующем требованиям производства (рабочего места, должности), или их опережения на определенную величину. Также необходимость развития персонала связана с ускорением устаревания ранее полученных знаний и накопленных умений и навыков.

Развитию человеческих ресурсов организации способствует разработанная и реализованная в ней эффективная кадровая политика, которая позволяет принимать оптимальные решения в системе управления персоналом.

Итак, документом, дающим возможность учитывать многие нюансы работы с человеческими ресурсами или персоналом, выступает кадровая политика предприятия. Кадровая политика может быть определена как свод правил и направлений, определяющих содержание работы с человеческими ресурсами или персоналом организации. Посредством реализации кадровой политики на предприятии происходит достижение необходимых целей и задач в системе управления персоналом.

Фундаментальные базовые направления кадровой политики разрабатываются на стратегическом уровне высшим руководством предприятия совместно с сотрудниками кадровой службы и руководителями структурных подразделений. В результате сформированные и разработанные направления как элементы кадровой политики организации реализуются через функции, выполняемые ее сотрудниками. При этом все основные положения и составные элементы кадровой политики должны быть закреплены как внутренние локальные документы предприятия. Даже если основные положения не закреплены как локальный нормативный акт, во всех организациях независимо от количества работающих кадровая политика имеется.

Кадровая политика содержит в своей основе как объект, так и предмет. И если объектом кадровой политики выступают человеческие ресурсы как непосредственно работники

предприятия, то предметом кадровой политики является непременно сама система управления ими, т.е. система управления персоналом или система кадрового менеджмента организации.

Кадровая политика в организациях может быть нескольких видов. При этом существуют два основных принципа, лежащих в основе формирования видов кадровой политики организации, – по степени открытости и по подходам управленческого воздействия на кадровые проблемы и аспекты в системе управления персоналом.

Например, при активной кадровой политике руководитель организации не только стремится сделать прогноз развития ситуации с человеческими ресурсами, но и выделяет другие ресурсы на ее совершенствование. Активная кадровая политика, в свою очередь, делится на два вида. Один из них носит название «рациональная кадровая политика» и характеризуется тем, что кадровая служба имеет возможность прогнозировать развитие кадровой ситуации на предприятии не только в среднесрочной, но и в стратегической долгосрочной перспективе. Кроме того, при рациональной активной кадровой политике организации присутствует вариантность исполнения задач в системе управления персоналом. Другой вид активной кадровой политики носит название «авантюристской кадровой политики». В этом случае сотрудники кадрового управления опираются не на четкий прогноз развития кадровой ситуации в организации, а на необоснованные предположения в отношении развития ситуации с ее человеческими ресурсами. И хотя предположения и могут носить верный характер, однако опираться на слабо аргументированный прогноз в данном случае не является оправданным и правильным средством.

В частности, другой вид кадровой политики организации, в отличие от активной направленности, относится к пассивному реагированию на ситуацию и носит название «пассивной кадровой политики». Данный вид кадровой политики характеризуется отсутствием каких-либо прогнозов, систем диагностики и оптимального обоснованного набора человеческих ресурсов.

Существует еще один вид кадровой политики организации, превентивный, характеризующийся пониманием руководством кризисной ситуации в отношении человеческих ресурсов, но, вместе с тем, невозможностью влиять на кадровую ситуацию в организации из-за отсутствия необходимых средств, инструментов и прогнозов.

И, наконец, реактивный вид кадровой политики организации отличается желанием и возможностями ее руководства решать возникающие кадровые проблемы в рамках ответных действий при недостаточном инструментарию кадровой диагностики и систем прогнозирования.

Степень отношения кадровой политики к внешнему миру определяет ее как открытую или закрытую [5]. Открытая кадровая политика ориентирована на внешнюю среду в подборе кадров, чаще всего она реализуется на новых амбициозных предприятиях. Закрытая кадровая политика ориентирована на внутренние источники в подборе человеческих ресурсов в организацию, в их расстановке, перемещении и развитии.

Практически на всех предприятиях, имеющих кадровую политику, закреплённую в нормативных локальных актах или не имеющих таковую, начинать ее совершенствование или разработку необходимо исключительно с выявления необходимого потенциала в ее дальнейшей реализации с целью совершенствования и развития человеческих ресурсов.

При формировании кадровой политики необходимо учитывать как внешние, так и внутренние факторы. Если внешние факторы, влияющие на формирование направлений кадровой политики, невозможно изменить, то на внутренние факторы можно повлиять некоторым образом. Внешние факторы характеризуются такими показателями, как демография и образовательная среда, экономическое положение страны в данный момент времени, научно-технический и инновационный потенциал экономики, а также регулирование государством рынка труда через нормативно-правовое регулирование. Внутренние факторы характеризуют такие направления, как целеполагание организации, стилевые решения при управлении человеческими ресурсами в организации, существующий кадровый потенциал, сформированные условия труда и непосредственно стиль руководства.

При формировании и реализации кадровой политики в организации необходимо осу-

ществить последовательно несколько шагов в виде управленческих этапов развития, которые позволят получить высокоэффективный инструмент в реализации кадровых вопросов.

Первое, что необходимо сделать, – провести согласование принципов и целей деятельности организации с разработанной в ней кадровой политикой. Цели работы с человеческими ресурсами организации должны быть увязаны с внутрикорпоративными целями в целом через реализацию нормативно-правовых актов в этой области.

Второе, что необходимо сделать, – провести мониторинг человеческих ресурсов организации. Для этой цели предназначены различные методы мониторинга, оценки и диагностики персонала. Результатом данного этапа должно стать решение о содержании качественных требований к человеческим ресурсам организации, необходимом их количестве и качестве, а также основных принципах формирования подбора кадров, их расстановке и формировании необходимого кадрового резерва. Главная цель кадровой политики в организации – обеспечение каждого сотрудника соответствующим его квалификации местом работы и выполнением соответствующих функций, на котором он будет приносить максимальную пользу данной организации и реализовывать свой профессиональный и кадровый потенциал.

На третьем этапе формируется необходимый инструментарий планирования кадров и методология управления человеческими ресурсами с назначением ответственных по секторам. Среди инструментария кадровой политики необходимо выделить такие направления деятельности, как планирование и текущая работа, непосредственно работа по руководству человеческими ресурсами организации, инструментарий профессионального развития кадров, стимулирование и мотивирование сотрудников. Все эти инструменты при их реализации смогут изменить отношение человеческих ресурсов к обязанностям, ими выполняемым, а также позволят повысить эффективность сотрудничества и результативности работы коллектива в целом.

Кадровая политика не должна противоречить принципам работы с персоналом, установленным в организации. Для полного соответствия она должна осуществляться по следующим направлениям:

- осуществление прогноза ввода новых рабочих мест;
- внедрение программ профессионального роста сотрудников на основе совершенствования обучения и должностного роста;
- формирование процедур и методов мотивации, позволяющих повысить степень удовлетворённости трудом;
- внедрение современных форм и методов подбора и диагностики кадров;
- обеспечение безопасных условий труда;
- формирование критериальных требований к персоналу;
- формирование адекватного морально-психологического климата.

Со временем разработанную и внедренную кадровую политику организации необходимо оценить с точки зрения ее эффективности на текущий момент и при необходимости внести соответствующие корректировки. Как правило, кадровая политика оценивается по следующим показателям: существующая производительность труда, степень соблюдения правовых норм, удовлетворение сотрудников от трудовой деятельности, показатели движения кадров, производственный травматизм и т.д.

Таким образом, эффективная кадровая политика способна решить множество сложных кадровых вопросов на предприятии и является центральным звеном в управлении ключевыми сотрудниками в организации.

Рассмотрев теоретические особенности формирования кадровой политики как инструмента управления ценными сотрудниками, необходимо отметить следующее. Целью служб управления человеческими ресурсами современного предприятия является укомплектование организации персоналом, способным решать профессиональные задачи, применяя для этого весь свой уникальный опыт и умения. Профессиональное развитие и предоставление сотрудникам возможностей карьерного роста – необходимое условие современной системы

формирования в организации уникальной и ценной, прежде всего для самого предприятия, команды единомышленников, а не просто трудовых ресурсов.

Профессиональные навыки, организаторские и управленческие способности, желание управленческого персонала обучаться и расти в карьерном плане составляют те необходимые уникальные компетенции человеческих ресурсов организации, которые и способствуют формированию ее конкурентных преимуществ на рынке.

Необходимость вычленения и управления ценными сотрудниками особенно важна в отраслях, успех которых зависит от интеллектуального или человеческого капитала. Это, в первую очередь, интеллектуально емкие производства и фирмы, где профессионал из сотрудников способен выводить организации на принципиально новый уровень развития. На современном рынке труда дефицит таких интеллектуальных человеческих ресурсов очевиден и не вызывает у аналитиков разногласий в оценке необходимости вложения средств в развитие человеческого капитала.

Основной принцип отнесения сотрудника к категории ценного исходит из оценки того, каков вклад этого сотрудника в процветание организации. При этом, вектор приложения может быть совершенно различным: от количественной оценки доходности вклада в организации до степени формирования уникального потенциала компании. Как правило, основным критерием отнесения сотрудника к ценному является то, насколько доход, принесенный им, выше среднестатистического по организации или то, насколько профессионально сотрудник выполняет свои задачи, при этом выходящие за рамки его должностной инструкции.

Основные направления кадровой политики разрабатываются руководством предприятия и реализуются через функции, выполняемые сотрудниками. При этом все основные положения кадровой политики должны быть закреплены как внутренние локальные документы организации. Даже если основные положения не закреплены как локальный нормативный акт, во всех организациях независимо от количества работающих кадровая политика присутствует.

Разработка и внедрение кадровой политики, ориентированной на управление ценными работниками, предполагает концептуально перестроить саму схему работы с человеческими ресурсами организации. При этом важно совершенствовать систему формирования, развития, использования и оценки человеческих ресурсов организации, пересмотреть программы профессионального продвижения сотрудников с целью выявить и сохранить уникальные компетенции персонала. Вместе с тем необходимо обосновано и взвешено подходить к системе стимулирования труда наиболее компетентных и результативных, а значит и ценных для организации работников, используя как методы материальной, так и нематериальной мотивации.

Процесс развития человеческих ресурсов организации заключается в проведении мероприятий, способствующих полному раскрытию личного потенциала работников и росту их способности вносить вклад в деятельность организации. Эффективность развития персонала, человеческих ресурсов организации зависит от правильной организации процесса профессионального обучения, который включает в себя: определение потребностей в обучении, планирование и проектирование обучения, разработку программ обучения, проведение обучения и оценку эффективности обучения. Это и обуславливает использование тех или иных технологий кадрового развития и способствует стратегическому развитию не только персонала, но и самой организации.

Развитие человеческих ресурсов организации осуществляется по следующим направлениям: подготовка и повышение квалификации персонала; работа с кадровым резервом; техническое и экономическое обучение. В каждом отдельном случае в рамках той или иной организации используются те или иные технологии кадрового развития.

Технологии развития человеческих ресурсов организации включают следующие направления: технологии профессионального обучения; технологии переподготовки и повышения квалификации персонала; технологии кадровых перемещений, в том числе ротации; технологии делегирования полномочий; технологии планирования карьеры персонала в организации и т.д.

Обобщенной формой развития человеческих ресурсов организации выступает обучение сотрудников, которое формируется и разрабатывается в рамках единой концепции обучения организации и применяется в направлении различных кадровых технологий.

Модель развития человеческих ресурсов в организации на основе эффективной кадровой политики носит стратегический характер и представлена на рисунке 4.

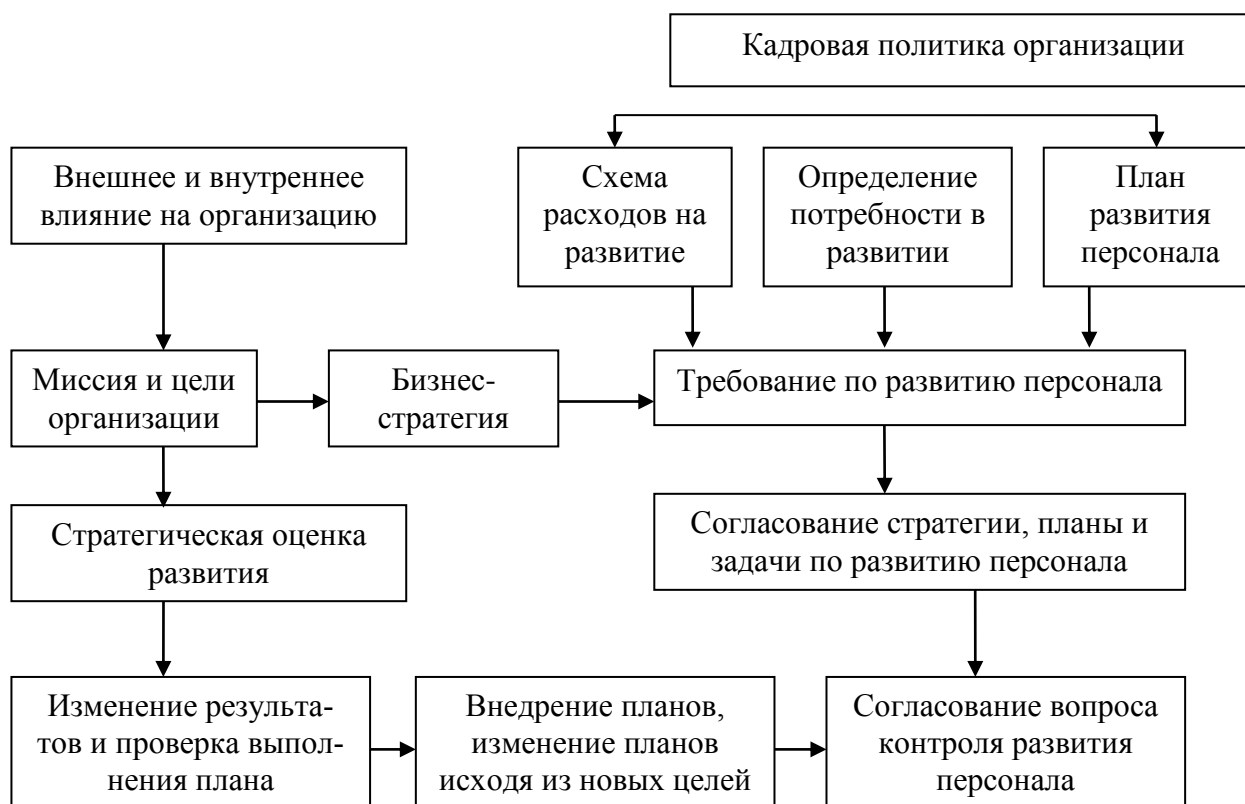


Рисунок 4 – Модель развития человеческих ресурсов в организации на основе эффективной кадровой политики

Развитие человеческих ресурсов призвано приводить к накоплению и непрерывному развитию человеческого потенциала, побуждая работников поддерживать, совершенствовать и модифицировать свои знания и навыки в течение всей трудовой жизни посредством профессионального обучения и повышения квалификации.

Стратегическое развитие человеческих ресурсов выступает как инвестиционное решение, т.е. из статьи издержек оно превратилось в объект инвестиций. Как любые инвестиции, оно требует постоянной оценки капиталотдачи, оценки того, как затраты на развитие персонала повлияли и повлияют в будущем на повышение эффективности деятельности организации. Сущность развития человеческих ресурсов заключается в том, что люди являются главным конкурентным богатством организации. В них заключен потенциал, который является стратегически важным фактором успеха организации и определяет успешность ее деятельности. При этом развитие человеческих ресурсов требует интегрированного подхода, оно должно учитывать все стороны и аспекты организационного развития, факторы внешней среды и стадии формирования профессионализма в работе.

Список источников:

1. Вдовина О.А. Резник С.Д., Сазыкина О.А. Стратегия кадрового менеджмента / под общ. ред. проф. С.Д. Резника. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 167 с.
2. Галинуров А.Р., Замалтдинов Р.Н., Хайруллина А.Д. Инновационные процессы в системе управления персоналом // Казанский экономический вестник. – 2017. – №3 (29). – С. 76-79.

3. Клестов Я.И. Влияние кадровой политики и менеджмента персонала на развитие предприятия // Актуальные вопросы современной науки. – 2012. – №24. – С. 28-41.
4. Луценко Е.Л., Бондаренко В.И. Современные особенности управления человеческими ресурсами // Постулат. – 2017. – №10-1 (24). – С. 15.
5. Лытнева Н.А., Германская В.П., Парушина Н.В. Стратегический анализ кадровой политики организаций // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №3 (41). – С. 47-53.
6. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А., Парушина Н.В. Современные концепции управления трудовыми ресурсами предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №4 (34). – С. 49-55.
7. Пугачев В.П., Опарина Н.Н. Стратегическое управление человеческими ресурсами организации. – М.: Кнорус, 2016. – 208 с.
8. Управление персоналом в России: история и современность: монография / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с.
9. Управление персоналом в России: новые функции и новое в функциях: монография / Под ред. И.Б. Дураковой. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 242 с.

**УДК 659.113.7:658.5**

**Пьянова Н.В., Аверьянова А.Г.**

### **РЕКЛАМА КАК РЕЗЕРВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Пьянова Наталия Викторовна; кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: lyginani@mail.ru*

*Аверьянова Ангелина Геннадьевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: averianova.angelina@yandex.ru*

*В статье рассматривается сущность рекламы как одного из основных инструментов системы маркетинга предприятий. В условиях современного рынка и тяжелой конкуренции предприятий главными направлениями их деятельности являются: изучение спроса, стандартов, потребителей, конкурентов; проведение маркетинговых исследований; а также обеспечение рекламных кампаний. Реклама играет важную роль в жизни человеческого общества, а особенно велико ее значение в такой области общественной жизни, как экономика. Экономическая роль рекламы реализуется в том, что она расширяет рынки сбыта, повышает эффективность общественного производства, поддерживает конкуренцию, увеличивает прибыль.*

*Ключевые слова: реклама, маркетинг, продвижение, эффективность, рекламная деятельность, рынок рекламы, рекламная информация.*

**Ryanova N.V., Averyanova A.G.**

### **ADVERTISING AS A RESERVE OF INCREASE OF THE ENTERPRISE EFFICIENCY**

*Ryanova Natalia Viktorovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru*

*Averyanova Angelina Gennadievna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: averianova.angelina@yandex.ru*

*In the article the essence of advertising, as one of the basic tools of the marketing system of the enterprises is considered. Under of modern market and tough competition of the enterprises, the mainstreams of their*

*activity is to study the demand, standards, consumers, competitors, to carry out marketing researches and organize advertising campaigns. Advertising plays an important role in the life of human society, and its value in such area of public life as economy is especially great. The economic role of advertising is realized through the expansion of commodity markets, increase of the efficiency of social production, competition, and profit growth.*

*Keywords: advertising, marketing, advancement, efficiency, advertising activity, advertising market, advertising information.*

По мнению Альфреда Дж. Симена, «Реклама – это и свеча зажигания, и смазочное масло в механизме экономики, создающем изобилие для потребителей. И в качестве таковой ее задача заключается в информировании... Но это задача – не просто информировать. Функция рекламы – продавать. Продавать товары. Продавать идеи. Продавать образ жизни». В условиях высокой конкуренции и насыщения рынков неотъемлемым элементом деятельности любых производственных предприятий, в том числе и машиностроительных, а также наиболее привлекательным инструментом удержания и закрепления их позиций на рынке выступает реклама, способствующая привлечению новых клиентов и потенциальных покупателей, установлению более выгодных деловых отношений, созданию положительного имиджа и формированию благоприятного общественного мнения о работе организации в целом. Успешное решение перечисленных задач возможно только при правильной и эффективной организации управления рекламной деятельностью на предприятии, которая должна быть непосредственной составляющей маркетингового планирования и стратегии предприятия в целом.

Управление рекламной деятельностью представляет собой процесс планирования, разработки и донесения рекламы до потребителя, позволяющий сконцентрировать усилия на продвижении предприятия и его продукции для достижения поставленных маркетинговых целей посредством рекламных средств или организации рекламной кампании. Выполняя важнейшие управленческие функции, рекламная деятельность на производственном предприятии способствует корректировке и регулированию величины запасов готовой продукции на складе, учитывая реальные потребности целевого рынка; повышению эффективности использования финансовых ресурсов и оптимизации качества работы с постоянными и новыми клиентами [6].

Однако зачастую рекламная деятельность предприятий не имеет системного характера, ей не уделяется должного внимания, и, как следствие, ее эффективность остается на низком уровне. Многие руководители предприятий не проявляют достаточного интереса к рекламе, продвижению продукции, организации рекламных кампаний, что препятствует эффективному развитию и функционированию предприятия в целом. В связи с этим особую значимость приобретает формирование и использование действенных инструментов эффективного управления рекламной деятельностью на предприятиях [8].

Рекламная деятельность – один из видов предпринимательской деятельности, то есть деятельности, направленной на систематическое извлечение прибыли за свой риск. Рекламная деятельность существует не сама по себе, а как деятельность, направленная на обеспечение какого-либо иного вида предпринимательской деятельности. Место рекламы в системе маркетинговой деятельности предприятия представлено на рисунке 1.

Современный рынок рекламы формируется под воздействием следующего набора факторов. Во-первых, это рост конкуренции за рынки сбыта. Следующим фактором является стремительное развитие технологии, что кардинально меняет подходы к средствам, применяемым в рекламе. Далее немаловажным фактором является ужесточение рекламного законодательства. Цель, которую преследуют предприятия при разработке рекламных мероприятий, – это достижение эффекта за счет повышения коммуникативной и экономической составляющей рекламы. Через достижение данной цели решается основная задача в повышении уровня товарообмена на целевом рынке [11].

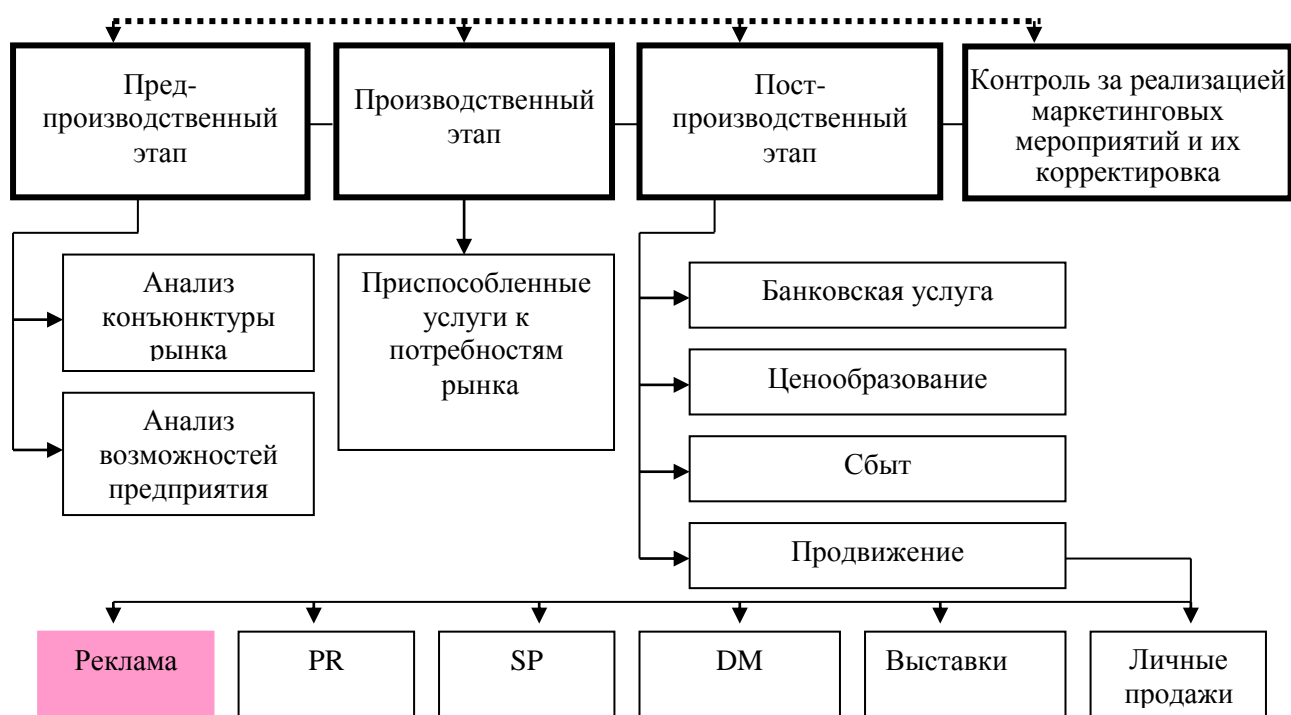


Рисунок 1 – Место рекламы в деятельности промышленного предприятия

Рассмотрим виды рекламы для рынка промышленных товаров. По данным независимых исследований, приоритетность каналов распространения рекламной информации на рынке промышленной продукции распределяется так, как представлено в таблице 1 [4].

Таблица 1 – Приоритетность каналов распространения рекламной информации

Ранг	Способы передачи информации	Доля в ответах, %	
		руководителей	специалистов
1	Специализированные журналы	12,2	11,8
2	Специализированные выставки и ярмарки	10,8	10,3
3	Персональные встречи и переговоры	9	8,7
4	Проспекты, буклеты, плакаты, листовки, открытки, календари и т.п.	8,4	9,1
5	Личные встречи с техническими специалистами предприятий-производителей	8,2	8,5
6	Научно-техническая литература по вопросам исследования рекламируемых изделий	7,8	8
7	Газеты и журналы и их электронные версии	7,6	8
8	Встречи с представителями администрации предприятия-производителя	8,1	7,2
9	Каталоги однородной продукции	7,2	6,2
10	Фирменные электронные журналы	5,8	4,7
11	Универсальные выставки и ярмарки	5,7	4,7
12	Международные конгрессы и симпозиумы	4,7	5,2
13	Доклады специалистов предприятий-производителей на конференциях и семинарах	4,4	5,3
14	Рекламные видеоролики в интернете	2	2,3

Реклама для предприятий промышленного сектора имеет отличия в связи с тем, что аудитория в основном представлена юридическими лицами. Организация рекламной деятельности на предприятии невозможна без оценки эффекта от ее реализации. Экономическая

наука относит эффективность к одному из важнейших показателей деятельности предприятий, организаций, отдельных отраслей человеческой деятельности и всей экономики в целом. Несмотря на всеобъемлющий характер данного показателя и его универсальность, именно это не дает возможности теоретикам определиться с его сущностью.

Единой трактовки сущности термина эффективность в научных трудах не существует. При расчетах эффективности в организации предпочтение отдают частным показателям, не соотнося их с понятием эффективности в целом. Чаще всего эффективность трактуется как отношение затрат к результату. В целом показатель результативности можно определить количественно как некий достигнутый результат, тогда как эффективность процесса можно определить как комплексный показатель верного направления к достижению показателя результативности. Данный подход с отказом от традиционного в экономике подсчета эффективности как отношения затрат к результату призывают принять отдельные экономисты, но в этом случае необходим новый показатель, отражающий сущность понятия.

Таким, более простым показателем может стать предлагаемый некоторыми авторами показатель комплексной эффективности. Данный показатель можно охарактеризовать как комплексное понятие, включающее в себя набор абсолютных и относительных показателей эффективности, что не противоречит ни традиционному определению через отношение затрат к результату, ни более экзотичному как движение к конечному результату. Более того, в этом случае в показатель могут быть включены показатели и эффективности, и результативности.

Эффективность рекламы можно соизмерить по тому экономическому результату, который достигнут в результате проведения рекламных мероприятий. Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительного товарооборота, полученного под воздействием рекламы, и расходами на нее [10].

Представим программу организации управления рекламной деятельностью на предприятии для целей повышения его эффективности (рис. 2).



Рисунок 2 – Программа организации управления рекламной деятельностью на предприятии

В качестве практического применения рекламы для повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия рассмотрим орловское предприятие ООО ПКФ «Версия». ООО ПКФ «Версия» участвует в проводимых в городе и регионе выставках и ярмарках, так как они предоставляют очень широкие возможности в демонстрации продукции, установлении прямых контактов с непосредственными покупателями, которые заинтересованы в получении информации, ищут новые товары и услуги, а возможно, готовы и немедленно разместить заказ.

Для создания собственного имиджа и придания солидности ООО ПКФ «Версия» изготавливает фирменные сувенирные изделия: авторучки, брелоки, значки, зажималки, пепельницы, сумки, календари и т.д., которые прилагаются к продаваемой продукции в качестве небольших подарков, преподносятся на деловых встречах, праздниках. При продаже продукции используют фирменные упаковочные материалы: полиэтиленовые сумки, упаковочную бумагу, коробки, папки и т.д.

У предприятия есть сайт (рис. 3).

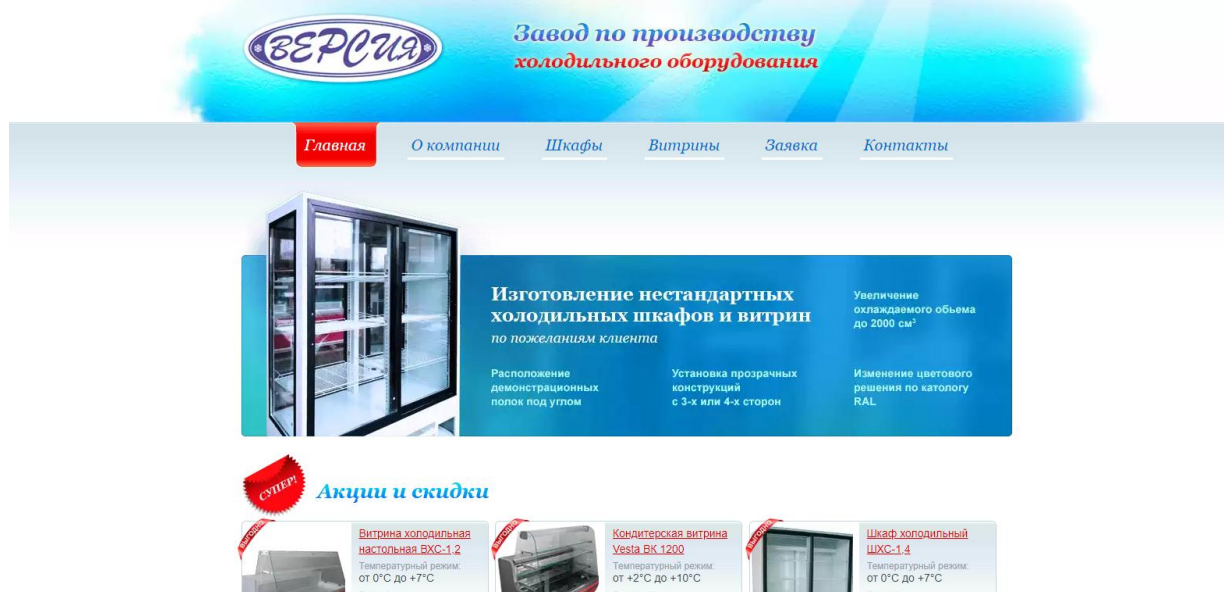


Рисунок 3 – Официальный сайт ООО ПКФ «Версия» в интернете

Эффективным средством восприятия является также наружная реклама. ООО ПКФ «Версия» устанавливает фирменные вывески и указатели проезда. Безусловно, обращают на себя внимание рекламные сообщения в салонах транспортных средств, на бортах автобусов, трамваев, но данный вид рекламы предприятием не используется.

ООО ПКФ «Версия» использует следующие виды рекламы (рис. 4).

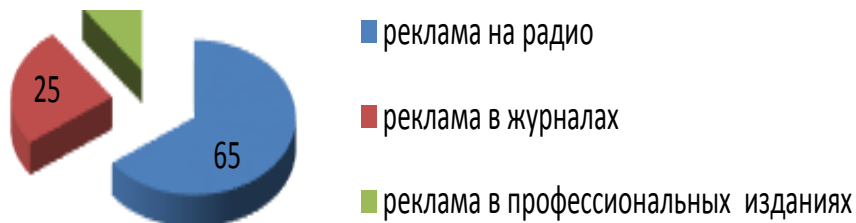


Рисунок 4 – Виды рекламы, используемые ООО ПКФ «Версия»

Наибольшую долю занимает реклама по радио – 65%, крайне мала реклама в профессиональных журналах, хотя для промышленного предприятия это очень весомый вид рекламы.

ООО ПКФ «Версия» периодически проводит рекламные кампании. Рекламная кампания представляет собой комплекс взаимосвязанных мероприятий, серий акций и отдельных рекламных акций, направленных на достижение единой цели. Целью рекламной кампании может быть внедрение на рынок принципиально нового товара (или услуги), переключение спроса потребителя с одного товара на другой, привлечение потребителей в магазин путем популяризации торгового предприятия и т.п.

Организация рекламной работы ООО ПКФ «Версия» характеризуется следующими мероприятиями (табл. 2).

Таблица 2 – Анализ проводимых рекламных действий в ООО ПКФ «Версия»

Рекламные действия	2015 год	2016 год	2017 год	Отклонение 2017/2015
Рекламная акция	84	83	82	-2
Рекламное мероприятие	24	28	26	+2
Рекламная кампания	6	5	7	+1
Итого	114	116	115	2

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что в 2017 году ООО ПКФ «Версия» провело 115 различных рекламных действий, основная работа – рекламные акции. Рассмотрим, как данные действия повлияли на результаты деятельности предприятия.

Рекламные расходы по данным предприятия занимают от 8% в 2015 году до 10% в 2017 году от коммерческих расходов. В таблице 3 представлена эффективность рекламной деятельности предприятия.

Таблица 3 – Эффективность рекламной деятельности ООО ПКФ «Версия» в 2015-2017 годах

Показатель	2015	2016	2017	Темп роста, %
Выручка от реализации продукции (оказании услуг), тыс. руб.	25653	31087	32792	127,82
Затраты на рекламу, тыс. руб.	1549	1950	2087	134,77
Чистая прибыль, тыс. руб.	517	1891	341	65,96
Приходится затрат на рекламу на один рубль выручки, руб.	0,07	0,08	0,06	96,40
Рентабельность рекламных мероприятий, %	33,39	96,99	16,34	48,94

При росте выручки от реализации на 27,82% в 2017 году по отношению к 2015 году и росте затрат на рекламу на 34,77% чистая прибыль снизилась на 35%. При этом затраты на рекламу в расчете на 1 руб. выручки от реализации снизились на 3,60%, а рентабельность рекламных мероприятий снизилась практически в два раза. На рисунке 5 представлена рентабельность затрат на рекламные мероприятия в 2015-2017 гг.

Для выявления эффективности проводимых рекламных мероприятий проведем опрос возможных покупателей продукции ООО ПКФ «Версия». Опрос сорока потенциальных клиентов в лице служб маркетинга предприятий, которые могли бы заинтересоваться продукцией, проводился методом телефонного интервью.

На вопрос «Какие виды рекламы вы предпочитаете при поиске потенциальных поставщиков?» ответы распределились следующим образом (рис. 6).

Как видим, 35% отдают предпочтение приходящим на предприятие коммерческим предложениям, а 45% опрошенных ищут информацию о потенциальных поставщиках в профессиональных журналах. На вопрос «Что Вам известно об ООО ПКФ «Версия»» ответы распределились следующим образом (рис. 7).

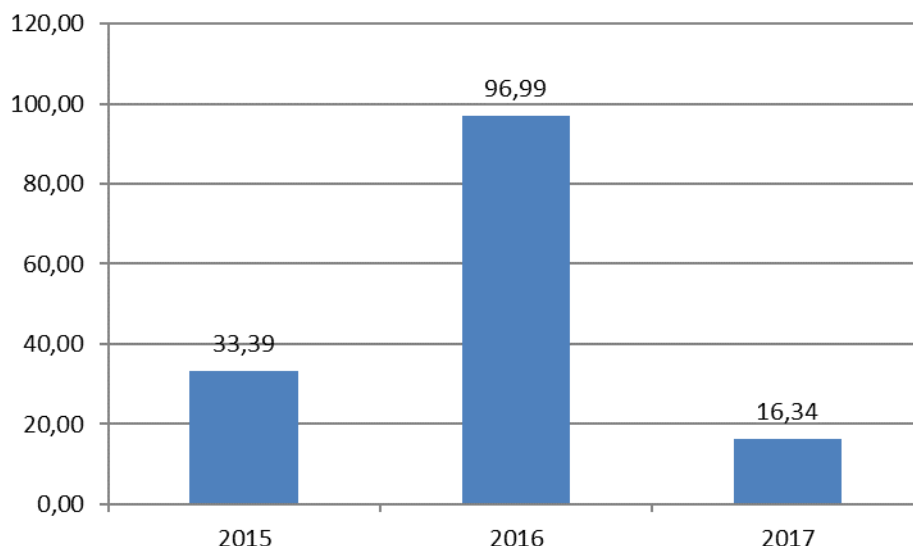


Рисунок 5 – Рентабельность затрат на рекламные мероприятия в 2015-2017 гг., %

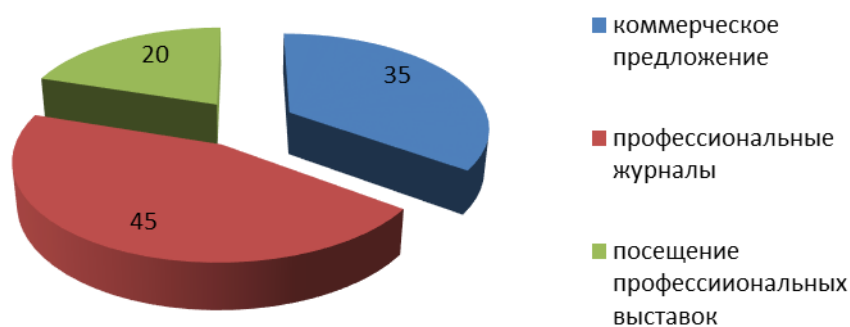


Рисунок 6 – Распределение ответов на вопрос «Какие виды рекламы вы предпочитаете при поиске потенциальных поставщиков?»

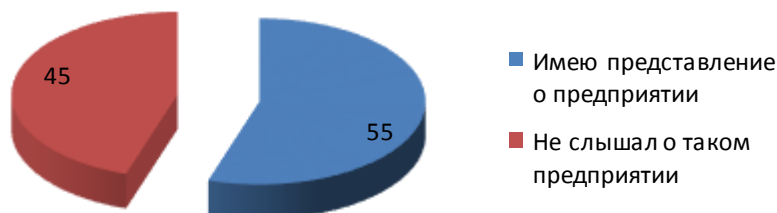


Рисунок 7 – Распределение ответов на вопрос «Что Вам известно о ООО ПКФ «Версия?»»

45% процентов из 40 опрошенных не имеют представления о деятельности, которой занимается фирма.

После информирования потенциальных клиентов о деятельности ООО ПКФ «Версия» был задан вопрос «Было бы Вам интересно сотрудничество с ООО ПКФ «Версия»? Ответы на данный вопрос распределились следующим образом (рис. 8).

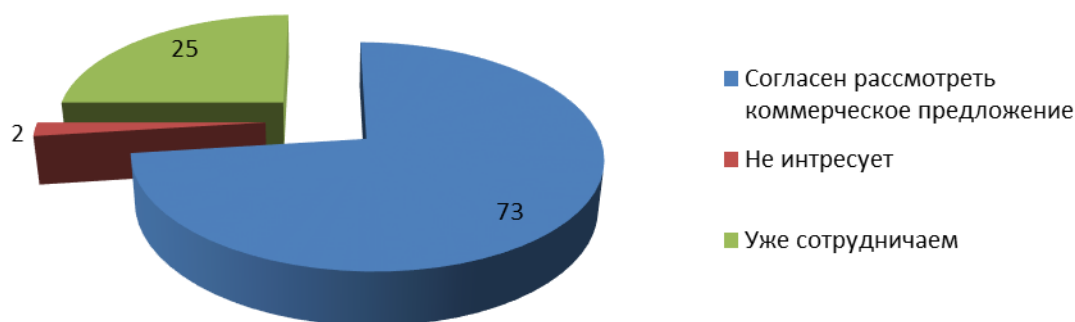


Рисунок 8 – Распределение ответов на вопрос «Было бы Вам интересно сотрудничество с ООО ПКФ «Версия»?»

Из рисунка видно, что 73% опрошенных готовы рассмотреть коммерческое предложение ООО ПКФ «Версия».

В таблице 4 показаны преимущества и недостатки рекламной деятельности ООО ПКФ «Версия».

Таблица 4 – Преимущества и недостатки рекламной деятельности ООО ПКФ «Версия»

Преимущества	Недостатки
В 2017 году ООО ПКФ «Версия» провело 115 различных рекламных действий, основная работа в направлении рекламных акций	Отсутствие выделенного в отдельную структуру отдела рекламы
Рекламные мероприятия направлены на постоянных клиентов, предприятие использует торгово-розничную и адресно-справочную рекламу	Малая доля рекламы в профессиональных изданиях
Для привлечения внимания покупателей и успешного позиционирования на предприятии используются современные интернет-технологии	Осуществлением рекламной деятельности занимается менеджер предприятия, не имеющий достаточной профессиональной подготовленности, отсутствует специалист по рекламе

Таким образом, основными недостатками системы управления рекламой в ООО ПКФ «Версия» являются: отсутствие выделенного в отдельную структуру отдела рекламы и малая доля рекламы в профессиональных изданиях, что для данного предприятия является определяющим. Рассчитаем эффективность возможных мероприятий по повышению эффективности деятельности от использования рекламы. Согласно медиаплану, бюджет рекламной кампании составит 151466 руб. Рассмотрим их более подробно.

Таблица 5 – Расходы на установку рекламного щита

Вид услуги	Цена
Изготовление отдельно стоящего билборда на территории предприятий (односторонний, с электрической подсветкой)	17000
Изготовление баннера	4400
Монтаж	2000
Итого	23400

Рекламные сообщения в местных газетах, журналах и на радио (табл. 6-11).

Таблица 6 – Реклама в прессе

Название печатного издания	Размер печатной рекламы	Количество выходов
Моя реклама	Разворот до 1-ой рубрики	Раз в неделю
Просторы России	Разворот до 1-ой рубрики	Раз в неделю

Итак, в газете «Моя реклама» будем давать рекламу раз в неделю, как и в «Просторах России».

Таблица 7 – Расчёт затрат на рекламе в прессе

Название	Размер базового модуля	Цена базового модуля, рублей	Количество модулей	Стоимость макета, рублей	Количество выходов		Сумма затрат за месяц, рублей
					в неделю	в месяц	
«Моя реклама»	1 см2	225	15	3375	1	4	13500
«Просторы России»		300	15	4500	1	4	18000

В газете «Моя реклама» стоимость рекламы 13500 руб., а «Просторах России» – 18000 руб.

Таблица 8 – Реклама на ТВ

Название телевизионного канала	Количество выходов		Продолжительность рекламного ролика
	в неделю	в месяц	
Рен тв	10	40	30 секунд
Вести	10	40	

Таблица 9 – Расчет затрат на ТВ рекламу

Канал	Стоимость итогового ролика, руб.	Продолжительность ролика, секунд	Стоимость секунды	Стоимость эфира, рублей	Количество выходов		Сумма затрат за месяц, рублей
					в неделю	в месяц	
Рен тв	5500	30	15,27	458	10	40	18333
Вести	5500	30	15,27	458	10	40	18333

«Автордио» стоимость рекламы 18333 руб.

«Европа Плюс» стоимость рекламы 18333 руб.

Таблица 10 – Реклама на радио

Название радиоканала	Количество выходов		Продолжительность радио ролика
	в неделю	в месяц	
Автордио	20	80	15 секунд
Европа Плюс	25	100	

Таблица 11 – Расчет затрат на радиорекламу

Канал	Стоимость итогового ролика	Продолжительность, секунд	Стоимость секунды, рублей	Стоимость эфира, рублей	Количество выходов		Сумма затрат за месяц, рублей
					в неделю	в месяц	
Автордио	2500	15	17	255	20	80	20400
Европа Плюс	2000	15	15	225	25	00	22500

«Автордио» стоимость рекламы 20400 руб.

«Европа Плюс» стоимость рекламы 22500 руб.

Продвижение информационного сайта компании в интернете, совершенствование стиля сайта, наполнение контента и организация оформления интернет заказов.

Дополнительно будут затрачиваться средства на обслуживание и ведение веб-сайта – 17000 рублей в месяц.

Таблица 12 – Расчет бюджета на рекламные мероприятия в 2019 году

Статьи затрат	Рублей
Реклама в прессе	31500
Телевизионная реклама	36666
Радиореклама	42900
Обслуживание веб-сайта	17000
Расходы на установку рекламного щита	23400
Вся рекламная кампания	151466

Таким образом, стоимость рекламного бюджета на другие мероприятия ООО ПКФ «Версия» в 2018 году составили 128066 руб.

Таблица 13 – Планируемая конверсия продаж после внедрения мероприятий

Показатель	Значение
Общее количество посетителей	138
Количество покупателей	112
Конверсия	81%

Следует отметить, что количество посетителей и процент конверсии увеличился после реализации медиаплана.

Рассмотрим сумму среднего чека после внедренных мероприятий (табл. 14).

Таблица 14 – Сумма среднего чека

Показатель	Значение
Товарооборот за день, руб.	85169
Количество потенциальных покупателей, чел.	16
Средний чек, руб.	5325

Согласно данным таблицы 14, средний чек составляет 5325 руб., прирост составил 25,9%.

Сопоставим результаты по конверсии и по среднему чеку до и после внедрения проектных мероприятий (табл. 15)

Таблица 15 – Динамика конверсии и среднего чека до и после внедрения проектных мероприятий

Показатель	До	После	Прирост, %
Конверсия	9	16	72,3
Средний чек	4260	5325	25,9

Таким образом, согласно данным таблицы 15, наблюдается прирост конверсии на 72,3% и прирост среднего чека на 25,9%.

Также с целью анализа эффективности рекламы и в качестве маркетинговой акции предлагается разместить купоны на 5% скидку в газете «Моя реклама - Орел». Проанализируем их конверсию (табл. 16).

Таблица 16 – Конверсия купонов на скидку в газете «Моя реклама - Орел»

Показатель	Значение
Общее количество купонов	500
Количество вернувшихся купонов	150
Конверсия	30%

Конверсия купонов составила 30%, что свидетельствует об эффективности данного средства распространения рекламы.

Для оценки эффективности рекламной кампании, проведенной в рамках реализации медиаплана, было проведено анкетирование клиентов на выявление их информированности о компании. Было опрошено 150 человека и получены следующие результаты. Видели рекламные сообщения о компании и рекламу выпускаемой продукции 98% опрошенных, это 147 человек. Распределение ответов на вопрос «Видели ли вы рекламу и в каких носителях?» представлено в таблице 17.

Таблица 17 – Распределение ответов на вопрос «Видели ли вы рекламу и в каких носителях?»

Наименование носителя	Распределение ответов
Газеты	31%
Наружная реклама	24%
Телереклама	19%
Радиореклама	13%
Сайт	7%
Гис2	4%
Другое	2%

Основной источник информации: узнали из газеты – 31%, из наружной рекламы – 24%, из телерекламы – 19%, из радиорекламы – 13%, в сети Интернет – 7%, в справочнике 2ГИС – 4%, другое – 2%.

Потенциальными покупателями продукции являются 81% опрошенных, качеством продукции довольны 95% опрошенных, и такой же процент готов порекомендовать ее своим знакомым.

Следует рассчитать, как изменилась чистая прибыль после того, как мы изменили каналы распространения рекламы.

Таблица 18 – Чистая прибыль предприятия

Чистая прибыль в 2017 году	Чистая прибыль в планируемом периоде
257000	284418

Рассмотрим динамику прибыли предприятия на рисунке 9.

После внедрения проектных мероприятий наблюдается рост чистой прибыли предприятия. Оценим эффективность рекламных вложений с помощью индекса роста прибыли.

$$I = (Пт2 - Пп1) / Пп1 * 100\%, \quad (1)$$

где: I – индекс роста прибыли в результате проведения рекламной кампании или периода, %;

Пт2 – прибыль в текущем периоде;

Пп1 – прибыль в предыдущем периоде.

Данные по чистой прибыли берем по данным таблицы

$$I = (284000 - 257000) / 257000 * 100\% = 10,58\%$$

Вложения можно считать эффективными, индекс положителен.

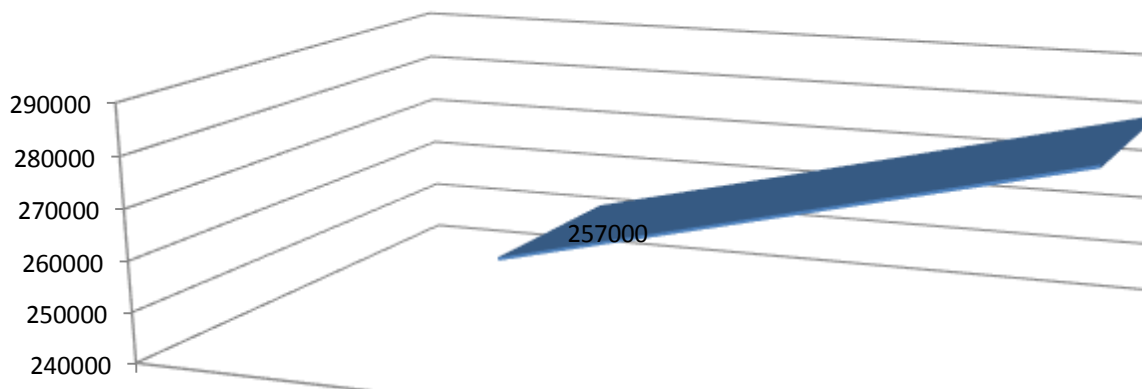


Рисунок 9 – Динамика прибыли до и после внедрения проектных мероприятий

Расчет показывает, что предлагаемые вложения в рекламную кампанию являются эффективными. Это значит, что каждый вложенный в рекламу рубль принес 10,58% прибыли. Сравнив с результатами первоначального анкетирования, приходим к выводу, что повысилась коммуникативная эффективность рекламной деятельности.

Таким образом, одним из значимых и актуальных направлений успешного функционирования предприятий промышленности является четко структурированная и слаженная рекламная деятельность, необходимая для формирования эффективной системы коммуникаций и решения стратегических и тактических задач на предприятии, ориентированная на потребителей товаров и услуг соответствующих сегментов рынка [3]. Чтобы эффективно управлять рекламной деятельностью, необходим четкий и структурированный процесс планирования рекламной кампании, позволяющий предприятию выстроить свои рекламные действия и обеспечить перспективы применения и реализации рекламы.

#### Список источников:

1. Антонов Л.В., Костинский В.С. Реклама как специфичный вид деятельности предпринимательских структур // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – №1-2. – С. 29-33.
2. Васильев Ю.А. О рекламе и рассылке // Услуги связи: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2017. – №6. – С. 15-23.
3. Венгеровский Е.Л. Реклама как фактор формирования конкурентной среды на рынке банковских услуг // Банковское право. – 2016. – №6. – С. 58-61.
4. Галак В.В. Интернет-маркетинг на промышленном предприятии: основные инструменты и их преимущества [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. – 2018. – №1. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2018/01/85483> (дата обращения: 07.02.2019).
5. Гончарова Е.В., Баханова Г.И. Способы продвижения продукции промышленных предприятий в условиях реализации стратегии импортозамещения [Электронный ресурс] // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 3326-3330. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86702.htm>.
6. Ибрагимли Ш.Э. Инструменты интернет-маркетинга, применяемые на практике промышленных компаний [Электронный ресурс] // Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования: Электронный сборник статей по материалам XXII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК». – 2017. – С. 103-109. – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/11\(22\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/11(22).pdf) (дата обращения: 21.02.2019).
7. Кирилловых А.А. Социальная реклама: некоторые проблемы правового регулирования и правоприменительной практики // Право и экономика. – 2018. – №2. – С. 55-59.

8. Колыбанова В.А. Рекламная деятельность как вид предпринимательства // Российская юстиция. – 2018. – №6. – С. 66-68.
9. Куликов А. Правовое регулирование использования product placement в России // Конкуренция и право. – 2016. – №3. – С. 48-54.
10. Мильский А.С. Актуальные проблемы разграничения правового статуса субъектов рекламной деятельности при распространении рекламы по сетям электросвязи // Административное право и процесс. – 2017. – №11. – С. 58-62.
11. Рекламные услуги для иностранной компании // Расчет. – 2018. – №11-12. – С. 19.
12. Уваров А.А., Кирпичникова А.В. Интернет в системе правового регулирования средств массовой информации // Информационное право. – 2018. – №2. – С. 20-23.
13. Энтин В.Л. Авторское право в виртуальной реальности (новые возможности и вызовы цифровой эпохи). – М.: Статут, 2017. – 216 с.

**УДК 316.61:005.95**

**Апель С.А.**

## **ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ**

*Апель Светлана Андреевна; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: lana.apel@mail.ru*

*На современном этапе экономического развития ведущую роль в процессе стимулирования труда персонала играет индивидуальная мотивация, учитывающая непосредственно динамику потребностей работника, его профессиональный и личностный рост, а также современные подходы к системе стимулирования. В этой связи становится актуальным глубокое изучение таких основополагающих проблем, как организация системы управления персоналом в современных рыночных условиях, стили руководства, мотивация и психологическая поддержка персонала и т.д. Все более очевидна роль психологических законов в управлении персоналом организации.*

*Ключевые слова: управление персоналом, фактор, психология, закон, социальная ответственность, мотивация, персонал, трудовой коллектив.*

**Apel S.A.**

## **INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL FACTORS ON PERSONNEL MANAGEMENT**

*Apel Svetlana Andreevna; Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lana.apel@mail.ru*

*At the present stage of economic development individual motivation plays the leading role in labour stimulation of the personnel considering directly the dynamics of the worker's needs, his professional and personal growth and modern approaches to stimulation system. Thereupon deep study of such basic problems as organization of personnel control system under modern market conditions, management styles, motivation, psychological support of the personnel, and etc. becomes actual. The role of psychological laws in management of the organization personnel is more and more obvious.*

*Keywords: personnel management, factor, psychology, law, social responsibility, motivation, personnel, team.*

Стремление сотрудника к продуктивной работе является важнейшим фактором успеха компании, а также показателем высокого уровня конкурентоспособности. Руководство мо-

жет разрабатывать долгосрочные планы развития компании, использовать новейшее оборудование и самые современные технологии, но результаты будут неэффективными, если сотрудники компании не будут стремиться внести свой вклад в достижение поставленных целей. Управление персоналом представляет собой определенную область теории и практики, целью которых является обеспечение организации «качественным» персоналом, способным к выполнению возложенных на него трудовых функций.

Успешное функционирование персонала на том или ином предприятии зависит от определенных факторов, которые оказывают на него воздействие в разных ситуациях. Фактор (от лат. factor – делающий, производящий) трактуется как «значимые, латентные переменные, находящиеся в определенной (различной по тесноте и характеру) взаимосвязи с исследуемым объектом или процессом» [11, с. 403]. Таким образом, факторы представляют собой процессы и явления, оказывающие непосредственное воздействие на управление персоналом, так или иначе определяющие изменение его основных характеристик и особенностей (рис. 1).



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на управление персоналом

Как следует из рисунка 1, по содержанию воздействия на управление персоналом влияют такие факторы, как экономические, организационные, социальные, психологические, правовые, технические, комбинированные. В последнее время довольно часто одним из самых важных факторов, определяющих поведение сотрудника внутри коллектива и влияющих в конечном итоге на продуктивную деятельность организации, является психологический фактор.

На эффективность и результативность труда персонала воздействует социально-психологический климат, сложившийся в трудовом коллективе. В одних условиях работник чувствует себя не совсем комфортно, старается проводить меньше времени в группе, что ведет к замедлению его личностного роста. В других, социально-психологических условиях сотрудник получает возможности для максимально полной реализации своего потенциала. Формирование социально-психологического климата в коллективе происходит под воздей-

ствием определенных условий, важнейшими из которых являются совместимость его членов, глобальная и локальная макросреда, физический микроклимат (рис. 2).

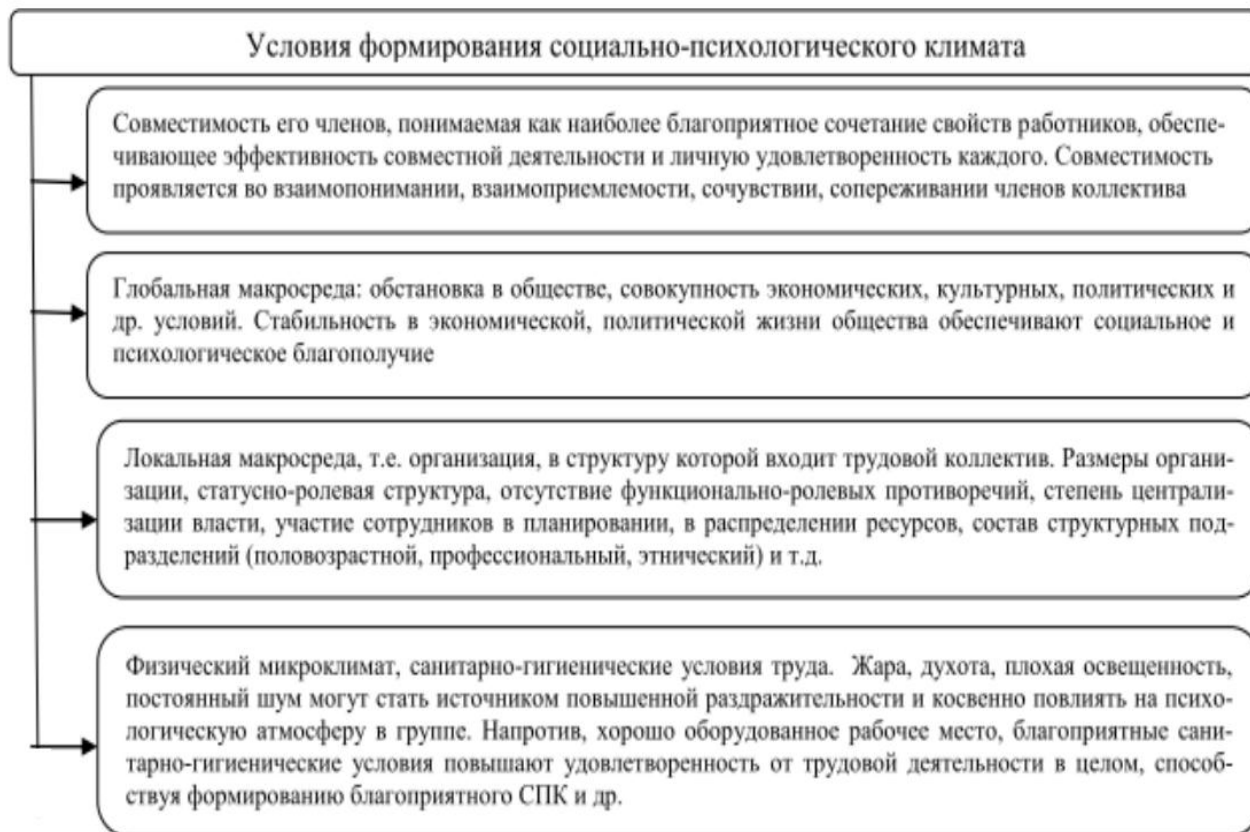


Рисунок 2 – Условия формирования социально-психологического климата [2, с. 34]

Существует несколько социально-психологических проблем, таких как мотивация, взаимоотношения работников в процессе труда, значение лидерства в управлении персоналом, а также организационные вопросы в управлении персоналом, такие как наиболее оптимальные условия непосредственно для совместной работы; факторы, которые влияют на связующие процессы в управлении сотрудниками; повышение эффективности внутрифирменного взаимодействия и управления персоналом [3].

Мотивация имеет большое значение для выполнения непосредственно трудовой деятельности, ее результативности. Важная, определяющая роль в процессе формирования мотивации персонала отводится менеджеру. Задача менеджера – управлять мотивацией работников, если уровень мотивации работника низкий – повысить его, если высокий – то поддерживать на этом уровне.

В арсенале управляющего имеется ряд методов формирования мотивации, которые могут быть экономическими и неэкономическими. К экономическим методам относят: повышение или снижение должностного оклада; временное повышение и снижение должностного оклада; установление или лишение персональной надбавки. Неэкономические методы подразделяются на социальные, психологические, организационные и правовые.

Как уже отмечалось, сегодня все чаще решающую роль в системе мотивации персонала начинают играть психологические мотиваторы. Е.П. Ильин выделяет психологические мотиваторы (мотивационные детерминанты), выступающие решающими аргументами принятия решения при объяснении действий и поступков. Ученый отмечает, что «в процессе мотивации

какие-либо мотиваторы остаются «понимаемыми», а «реально действующими» становятся наиболее значимые для работника и ведущие к формированию побуждения» [1, с. 114].

Являясь отраслью практической психологии, психология управления изучает непосредственно законы психологии управления, которые проявляются во взаимодействии в межличностных отношениях и в групповом общении и действуют, как и любой закон.

В данной связи исследователь Н.В. Ким выделяет определенные законы психологии управления (рис. 3):



Рисунок 3 – Законы психологии управления [3]

Результатом деятельности менеджера должно стать построение управленческого процесса с учетом закономерностей психического и социального развития коллектива, непосредственно основанного на индивидуальном подходе к работникам (рис.4).

Процесс управления персоналом должен выстраиваться с учетом достижений современной психологии управления. При разработке методологии управления развитием человеческим потенциалом большое внимание должно уделяться непосредственно вопросам социального воздействия инновационных управленческих решений на развитие человека.

На современном этапе развития важную роль играет освоение инновационных технологий обучения персонала в сложных ситуациях с высокой степенью неопределенности, а также анализ использования социологических и психологических инструментов для оценки взаимодействия человека и организации на основе системной методологии [7, с. 21].

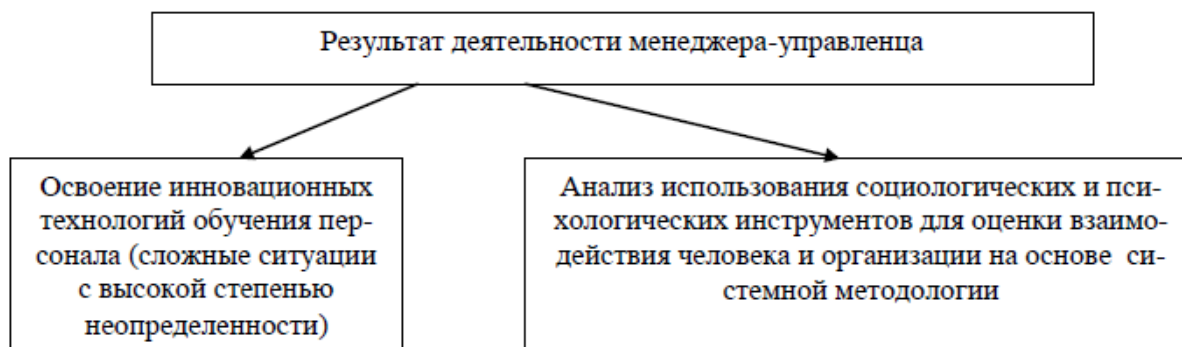


Рисунок 4 – Результат деятельности менеджера-управленца

В результате исследования мы пришли к выводу, что в процессе управления персоналом необходимо использовать все технологии и разработки, в том числе и психологические, касающиеся наиболее ценного ресурса организации – персонала, а также подходы, которые могут повысить эффективность работы сотрудников.

Список источников:

1. Гилей Ю.М. Инновации в системе организационного управления: дисс. ... докт. экон. наук. – М., 2011. – 218 с.
2. Дрофа В.В. Управление персоналом научно-производственных организаций в период формирования рыночных отношений: дисс. ... докт. экон. наук. – М., 2001. – 215 с.
3. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.
4. Кашапов Р.Р. Курс практической психологии, или как научиться работать и добиваться успеха: учеб. пособие для высш. управлен. персонала. – М.: АСТ-Пресс, 2017. – 443 с.
5. Ким Н.В. Роль психологических факторов в управлении персоналом // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – №18 (347). – С. 159-164.
6. Кузнецова Л.М., Пухалева А.Г. Особенности стратегического планирования предпринимательской структуры // Таврический научный обозреватель. – 2016. – №3 (8). – С. 49-54.
7. Лукьянова В.В., Рудакова О.В. Социальная эффективность государственного и муниципального управления // Основы экономики, управления и права. – 2013. – №6 (12). – С. 23-28.
8. Лыгина Н.И., Рудакова О.В., Полянин А.В. Качество жизни населения как индикатор социальной эффективности государственного управления // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2016. – №2 (19). – С. 11-22.
9. Мордовин С.К. Управление развитием человеческого потенциала: теория, методология, инновации: автореф. дис. ... докт. экон. наук. – СПб., 2004. – 42 с.
10. Морозов Д.А. Формирование системы адаптации персонала в современной организации // Проблемы внедрения результатов инновационных разработок: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: Омега Сайнс, 2015. – С. 244-246.
11. Рудакова О.В., Баранов А.С. Россия на мировом рынке труда // Территория науки. – 2013. – №2. – С. 173-183.
12. Рудакова О.В., Сибирская Е.В. Социально-экономические эффекты влияния уровня жизни населения на динамику трудовых ресурсов России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №3 (13). – С. 46-53.
13. Соболева Ю.П., Кузнецова Л.М. Трудовые ресурсы в сфере предпринимательства: оценка, перспективы развития // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №1 (43). – С. 32-36.
14. Экономика и право. Энциклопедический словарь. – М., 2000. – 568 с.

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 334.726:339.92

Боженко А.А., Кузнецова Л.М.

### КРУПНЕЙШИЕ КОРПОРАЦИИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ: СТАНОВЛЕНИЕ, РАЗВИТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

*Боженко Анастасия Александровна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: nastyabogenko@yandex.ru*

*Кузнецова Людмила Михайловна; кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: gambееva-1969@mail.ru*

*Корпорации играют огромную роль в развитии мировой экономики и международных экономических отношений. Кроме того, они занимают ведущие места в экономических секторах, обеспечивая большую часть промышленного производства. Государственная корпорация в России – это общественно-полезное юридическое лицо. В данной статье мы рассмотрим крупнейшие корпорации России и за рубежом, а также возможность применения зарубежного понимания корпорации в рамках российской специфики.*

*Ключевые слова: корпорация, юридическое лицо, государственная корпорация, российская специфика, корпоративные структуры.*

Bozhenko A.A., Kuznetsova L.M.

### THE LARGEST RUSSIAN AND FOREIGN CORPORATIONS: FORMATION, DEVELOPMENT AND FUNCTIONING FEATURES

*Bozhenko Anastasia Alexandrovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: nastyabogenko@yandex.ru*

*Kuznetsova Lyudmila Mikhailovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gambееva-1969@mail.ru*

*Corporations play a great role in the development of world economy and international economic relations. Besides, they play leading roles in economic sectors, providing the lion's share of industrial production. State corporation in Russia is a socially useful legal body. In the article, we will consider the largest Russian and foreign corporations and the possibility to apply foreign idea of corporation under conditions of Russian specificity.*

*Keywords: corporation, legal body, state corporation, Russian specificity, corporate structures.*

В настоящее время одними из главных игроков на рынке являются различные корпорации. Несмотря на то, что неоклассическая экономическая теория утверждает, будто единственной целью корпораций является обогащение акционеров, существуют и другие точки зрения касательно роли корпораций в экономике в современном мире [7].

Фактическое положение дел таково, что корпорации не только преследуют цель максимизации богатства акционеров, но и ведут активную деятельность в социальных и экологических проектах. Мировой опыт показывает, что национальная экономика может быть

конкурентоспособной на мировых рынках только посредством крупных корпораций. В этом случае они приобретают характер транснациональных. Деятельность такого рода корпораций не ограничивается рамками только одной страны, а распространяется на несколько национальных экономик [8].

Статистику о том, сколько насчитывается непосредственно корпораций сейчас, найти довольно сложно ввиду нечеткого и разного рода понимания корпорации в различных странах мира.

Брейли и Майерс определяют корпорацию как фирму, принадлежащую держателям ее акций [3]. Отличительными признаками корпорации они считают:

- отделение собственности от управления;
- наличие совета директоров и исполнительного менеджмента корпорации;
- ограниченный характер ответственности;
- юридическую самостоятельность компании по отношению к ее владельцам;
- коллективную собственность.

То есть, по сути, с их точки зрения, корпорация – это акционерное общество с ограниченной ответственностью. В качестве примеров корпораций Брейли и Майерс приводят General Motors, Bank of America, Microsoft, Unilever, Sony, Volkswagen, Nestle. Как уже было отмечено, в различных странах мира существует свое видение и понимание понятия «корпорации».

В целом за рубежом корпорация понимается как некое капитальное общество, объединение капиталов, создаваемое для достижения общих целей (в первую очередь, финансовых) при обособленности имущества корпорации от имущества лиц ее создавших. Можно ли наложить такое понимание корпораций на российскую специфику?

Впервые в России понятие корпорации было применено в связи с введением поправок в Гражданский Кодекс РФ в Главу 4 Части I от 05.05.2014. Статья 65.1, Главы 4, Части I, Гражданского Кодекса РФ дает следующее определение корпорации: «Юридические лица, учредители (участники) которых обладают правом участия (членства) в них и формируют их высший орган в соответствии с пунктом 1 статьи 65.3 настоящего Кодекса, являются корпоративными юридическими лицами (корпорациями)» [4].

Одной из крупнейших корпораций в Российской Федерации является «Сбербанк России». Он базируется в Москве и принадлежит Центральному банку России. В 2014 году данный конгломерат банковских и финансовых услуг был включен в Forbes «Global 2000», его рыночная капитализация составила 51,5 млрд долларов, а сумма активов – 554,2 млрд долларов. Кроме того, ряд зарубежных изданий отмечает, что Сбербанк является банком номер один в Центральной и Восточной Европе, где он имеет 277 филиалов и порядка 306123 сотрудников. Президент и главный исполнительный директор Сбербанка Герман Греф ранее занимал пост Министра экономического развития и торговли России.

Ещё одной крупнейшей российской корпорацией является энергетический гигант «Газпром», он также не раз входил в список Forbes, его рыночная капитализация составляет более 50 млрд долларов. Благодаря постоянному развитию «Газпром» из Министерства газовой промышленности СССР превратился в успешную международную корпорацию. Вследствие модернизации действующих генерирующих объектов и строительству новых «Газпром» существенно повысил эффективность работы своих предприятий. В настоящее время ООО «Газпром энергохолдинг» является крупнейшим в стране владельцем электроэнергетических активов (контролирует более 80 электростанций). ГЭХ входит в десятку ведущих европейских производителей электроэнергии. «Газпром» демонстрирует растущую эффективность своего бизнеса. Компания уверенно развивается в трех направлениях: газовом, нефтяном и электроэнергетическом.

Лидерство в Рейтинге 400 крупнейших компаний России в 2018 году, как и в предыдущие годы, удерживает «Газпром», его доход за 2017 год превысил 6,5 трлн рублей. На втором месте НК «ЛУКОЙЛ» с доходом 5, 475 трлн руб., далее вплотную идет НК «Роснефть» с доходом 5, 03 трлн руб., потом с заметным отрывом следует Сбербанк России, его доход в 2017 году составил 2,84 трлн рублей. На 5-м месте РЖД с показателем 1,697 трлн руб. Находящаяся на 6-м

месте розничная сеть X5 Retail Group (1,295 трлн руб.) попала сюда, нарастив в 2017-м выручку на 25,5% и став крупнейшим розничным продавцом страны. Прежде эту позицию занимала сеть «Магнит». Далее в десятке крупнейших компаний 2018 года: Группа ВТБ, «Сургутнефтегаз», ритейлер «Магнит» и «Российские сети». В первой десятке, таким образом, есть только одно изменение, но во всем «Списке четырехсот» их намного больше: 55 компаний-новичков.

Насыщение фондового рынка российскими активами происходит высокими темпами. В числе эмитентов, показывающих серьезные перспективы прироста котировок на 2019 год, преобладают добывающие и перерабатывающие компании. Эта особенность полностью подтверждается прямой зависимостью отечественной экономики от ресурсной базы. Успешное продвижение нефти, газа и металлических изделий на внешних торговых площадках происходит благодаря высоким конкурентным преимуществам.

Вспоминая американские корпорации, на ум сразу же приходит корпорация «Apple Inc», чья рыночная капитализация составляет 904,610 млрд долларов. Apple является владельцем самого дорого бренда в мире и входит в список наиболее влиятельных корпораций. Компанию основали 1 апреля 1976 года Стив Возняк, Рональд Уэйн и Стив Джобс. Первоначально троица занялась сборкой домашних компьютеров и выпуском собственных моделей ПК, но наибольший успех пришёлся именно на последние годы компании, когда Apple представила миру линейки своих мобильных продуктов – смартфоны iPhone и планшеты iPad (рис. 1).

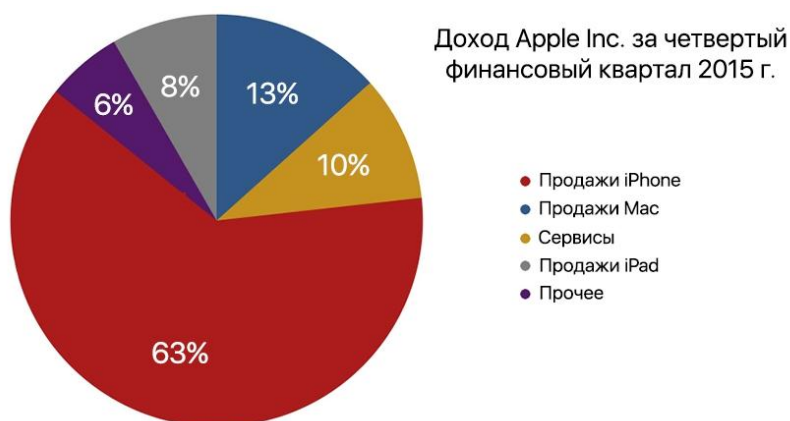


Рисунок 1 – Доход Apple за четвертый финансовый квартал 2015 г.

На сегодняшний день спектр продуктов компании весьма широк – умные часы, компьютеры и ноутбуки, планшеты и смартфоны и прочее. Но главной особенностью популярности «яблочных» гаджетов стало высокое качество, стильный дизайн и умнейшая маркетинговая программа Стива Джобса. Объемы продаж Apple в разрезе продуктов наглядно демонстрируют данные таблицы 1.

Таблица 1 – Продажи Apple в разрезе продуктов

Показатель	2013		2014		2015		2016	
	выручка, \$ млн	доля, %	выручка, \$ млн	доля, %	выручка, \$ млн	доля, %	выручка, \$ млн	доля, %
Продажи Apple в разрезе продуктов								
iPhone	91279	54,3	101991	55,8	155041	66,3	136700	63,4
iPad	31980	18,7	30283	16,6	23227	9,9	20628	9,6
Mac	21483	12,6	24079	13,2	25471	10,9	22831	10,6
iPod	4411	2,6	–	–	–	–	–	–
iTunes, Software and Services	16051	9,4	18063	9,9	19909	8,5	24348	11,3
Прочие продукты	5706	3,3	8379	4,6	10067	4,3	11132	5,2
Всего	170910	100	182795	100	233715	100	215639	100

На втором месте располагается «Alphabet Inc», эта корпорация знакома нам под другим названием, а именно «Google». Дело в том, что «Google» решили переименовать себя, так как речь уже не идёт об одном поисковике, а о целом ряде компаний. Главами интернет-холдинга являются Сергей Брин и Ларри Пейдж, которые совместно создавали эту мегакомпанию еще с 1998 года. Главный офис Google располагается в Калифорнии, а в состав холдинга входят более трех десятков популярных сервисов и подкомпаний, например таких, как AdWords, Android, YouTube и прочие. Ещё 4 года назад Мартин Соррелл (основатель WPP plc, крупнейшей в мире рекламной и PR-группы) назвал Google «одной из быстрорастущих компаний» Он также отметил, что «Google» проник в Китай очень тонким образом через свои Android-смартфоны. Результат на лицо - рыночная капитализация 782,68 млрд долларов [6].

Корпорация «Microsoft», как «Apple Inc» и «Google», знакома всем. Её рыночная капитализация составляет 750,6 млрд долларов. Билл Гейтс основал её в 1975 году, на тот момент майкрософт была первым разработчиком, кто предложил применение пакетного программного обеспечения для домашних компьютеров, что делало управление ПК пользовательским и интуитивно-понятным. Эта программа – операционная система Windows стала настоящим прорывом, поскольку позволяла легко овладеть ПК рядовым пользователям, что и принесло компании невероятный успех и огромную прибыль. Корпорация занимается предоставлением программного обеспечения. Его продукты включают операционные системы для вычислительных устройств, серверов, телефонов и других гаджетов. На сегодняшний день Microsoft также является одним из лидеров на рынке программного обеспечения для ПК, выпуская операционные системы Windows нового поколения, прикладные приложения для работы с документацией – Microsoft Office, а также ряд других программ. Кроме того, MS выпускает собственные мобильные устройства и комплектующие, видео-, аудио- и оргтехнику [5].

Стоит отметить «Промышленный и Коммерческий Банк Китая», который входит в топ самых дорогих банковских брендов и крупнейших банков в мире. Стоимость бренда ICBC (Промышленный и Коммерческий Банк Китая) увеличилась на 32% в годовом выражении до 47,8 млрд долларов. В 2018 году банк шестой год подряд возглавляет рейтинг крупнейших публичных компаний Global 2000, ежегодно публикуемый Forbes, с выручкой 165,3 млрд долларов США (18-е место), чистой прибылью 43,7 млрд долларов США (3-е место), активами 4210,9 млрд долларов США (1-е место) и капитализацией 311 млрд долларов США (14-е место).

«China Construction Bank» – один из крупнейших банков Китая. В рейтинге Forbes Global 2000 за 2015 год занял 2-е место среди двух тысяч крупнейших публичных компаний мира, в том числе 3-е место по размеру активов, 4-е по прибыли, 20-е по рыночной капитализации и 33-е по выручке [2].

Корпорация «Royal Dutch Shell» занимается добычей нефти и природного газа. Она работает через три сегмента. Первый сегмент объединяет операционные сегменты, которые занимаются добычей нефти и природного газа; сжижением и транспортировкой газа; добычей битума из нефтеносных песков, который превращается в синтетическую сырую нефть. Во втором сегменте задействованы производственные и сбытовые мероприятия для нефтепродуктов и химикатов. Третий сегмент представляет вспомогательные функции, включающие холдинги и казначейство, штаб-квартиру, центральные функции и деятельность по самострахованию. Компания была основана в феврале 1907 года со штаб-квартирой в Гааге (Нидерланды). Её рыночная капитализация составляет 306,46 млрд долларов.

«Volkswagen AG» занимается производством автомобилей. Они производят легковые автомобили, коммерческие автомобили и финансовые услуги. Процесс создания легковых автомобилей затрагивает развитие транспортных средств, разработку двигателей, производство и продажу легковых автомобилей и коммерческих автомобилей, а также соответствующую подборку запчастей. Коммерческие транспортные средства включают разработку, производство и продажу коммерческих автомобилей, грузовых автомобилей и автобусов, соот-

ветствующие мероприятия по производству оригинальных запчастей и связанных с ними услуг. Также существует отдел, отвечающий за разработку и производство дизельных двигателей большого диаметра, турбокомпрессоров, промышленных турбин и систем химических реакторов, а также производства редукторов, силовых установок и испытательных систем. Компания была основана 28 мая 1937 года и имеет штаб-квартиру в Вольфсбурге (Германия). Рыночная капитализация составляет 101,8 млрд долларов.

Корпорация Toyota Motor занимается производством, продажей автомобилей и запчастей. Деятельность направлена на автомобильные операции, финансовые услуги и прочее. Один из сегментов разрабатывает, производит, собирает и продает легковые автомобили, минивэны, грузовики и связанные с ними запчасти и аксессуары для автомобилей. Он также участвует в разработке интеллектуальных транспортных систем. Отдел, отвечающий за финансовые услуги, предлагает финансирование или аренды дилерам и клиентам автомобилей Toyota. Он также предоставляет розничный лизинг через покупку арендных договоров дилерами. Корпорация базируется в Японии, её рыночная капитализация составляет 200 млрд долларов.

В заключение хотелось бы добавить, что все вышеперечисленные корпорации неспроста получили своё положение и популярность. Изучив определённый объём информации, мы сделали вывод, что корпорации сами по себе становятся в известном смысле частными правительствами. Их решения влияют на размеры и распределение национального продукта, направленность капиталовложений, уровень занятости и покупательскую способность населения. В сущности, они взимают налоги с потребителя, определяют уровни цен и объёмы производства. Также можно сказать, что корпорации продолжают бороться друг с другом. Конечно, понятие конкуренции множества отдельных производителей или продавцов сейчас претерпело изменения: жесткая конкуренция между ними перешла в мягкую конкуренцию за потребителя. Тем не менее, все вышеперечисленные корпорации преуспели в своих отраслях и уверенно держатся в топ-50 [1].

Недавно опубликованный прогноз Минэкономразвития РФ о том, что экономика будет падать и никакой «игрой в цифры» этого не отменить, подчеркнул необходимость реальных и радикальных мер, но на такие меры нет решимости ни у политиков, ни у корпораций. Так что малым компаниям стоит приготовиться к тем возможностям, которые открываются в связи с пошатнувшейся позицией крупнейших игроков рынка.

#### Список источников:

1. Автомобильные компании, бренды [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.1gai.ru/publ/520152-что-кому-принадлежит-автомобильные-компании-и-ih-brendy.html> (дата обращения: 06.11.18).
2. Банковская система Китая [Электронный ресурс]. – URL: <https://works.doklad.ru/view/7yD0mS5WpBo.html> (дата обращения: 05.11.18).
3. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Пер. с англ. Н. Барышниковой. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 1008 с.
4. Гапликова Д.С. Понятие «корпорация» в зарубежной и российской теории и практике // Молодой ученый. – 2016. – №15. – С. 286-288.
5. История создания Microsoft [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.seoded.ru/is toriya/internet-history/microsoft.html>.
6. Крупнейшие корпорации [Электронный ресурс]. – URL: <https://mbroiler.ru/brand-number-1-in-the-world-the-largest-corporations-and-companies-in-the-world/3D> (дата обращения: 05.11.18).
7. Мировая экономика и международные экономические отношения / под ред. И.П. Николаевой, Л.С. Шаховской. – М.: Дашков и К°, 2016. – 242 с.
8. Роль корпораций в национальной экономике [Электронный ресурс]. – URL: <https://cribs.me/ekonomika/mesto-i-rol-korporatsii-v-natsionalnoi-khozyaistvennoi-sisteme-integrir ovannye-ekonomicheskie-struktury> (дата обращения: 05.11.18).

УДК 338.24.021.8(510)

**Кочарян К.К., Овчинников Н.К.**

**КИТАЙСКИЙ ОПЫТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ И ВОЗМОЖНОСТЬ  
ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ**

*Кочарян Кристина Кареновна\**, студентка 2 курса факультета государственного управления и финансового контроля ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский проспект, д. 49; e-mail: kocharyan.k.k@mail.ru

*Овчинников Никита Константинович\**, студент 2 курса факультета государственного управления и финансового контроля ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский проспект, д. 49; e-mail: onk99@mail.ru

*Проведение исследований национального рынка Китая рядом аналитиков-экономистов ведущих стран мира свидетельствует о небывалом прорыве развития этого государства в последние десятилетия. Из отсталой аграрной страны Китай превратился в высокоразвитую индустриальную державу с огромным потенциалом и валовым внутренним продуктом. Многие аналитики пытаются понять и объяснить феномен китайского экономического прорыва, выискивают причины и способы такого удивительного резкого экономического лидерства Китая на континенте Евразия.*

*Ключевые слова: государство, рынок, территория, анализ, программа, национальный, потенциал.*

**Kocharyan K.K., Ovchinnikov N.K.**

**IMPROVEMENT OF NATIONAL MARKET OF CHINA:  
APPLICATIONS OF EXPERIENCE IN THE RUSSIAN PRACTICE**

*Kocharyan Kristina Karenovna, Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: kocharyan.k.k@mail.ru*

*Ovchinnikov Nikita Konstantinovich, Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: onk99@mail.ru*

*The research of the national market of China by a number of analysts-economists of the leading countries of the world indicates an unprecedented breakthrough in the development of this state in recent decades, from a backward agricultural country, China has become a highly developed industrial power with huge potential and gross domestic product. Many analysts try to understand and explain the phenomenon of the Chinese economic breakthrough, look for the reasons and ways of such a surprising sharp economic leadership of China on the continent of Eurasia.*

*Keywords: state, market, territory, analysis, program, national, potential.*

В настоящее время китайский феномен экономического опыта достаточно интенсивно обсуждается в нашей стране. Российские аналитики пытаются уяснить основные способы и методы достижения таких высоких темпов развития и применить китайский опыт в российской практике, поскольку России до сих пор не удалось реализовать намеченный экономиче-

---

\* *Научный руководитель: Шманёв Сергей Владимирович, д.э.н., профессор; e-mail: shmanev\_s\_v@mail.ru*

ский подъем. Более того, все активнее проявляется экономический спад, и общий фон качества жизни россиян неуклонно ухудшается, что вызывает массовые недовольства народа.

За счет чего КНР достигла таких успехов? Ответ этому – правильное сочетание глобализации при учете национальных преимуществ (в том числе, наращивание интеллектуального потенциала) и акцент на совершенствовании промышленного сектора.

Для нашей страны анализ ситуации в Китае интересен тем, что впечатляющие результаты были получены в короткие сроки при применении некоторых экономических программ развития. Аналитики считают, что китайцы сосредоточили все усилия на укреплении государственной власти и повышении эффективности управления, выработали социалистическую идеологию с целями капиталистического развития производительных сил и способа производства, взяв самое лучшее от той и от другой экономической формации. Все реформы проводились последовательно через реализацию проектов и программ, которые были четко спланированы и продуманы, просчитаны выгоды и последствия, причем специалисты действовали, пользуясь объективными прогнозными показателями на долгосрочный период.

Также необходимо отметить повышение квалификации рабочей силы Китая, его выгодное географическое положение, существование развернутого внутреннего рынка. Большую роль в деле реформ играет и идеология, которая постоянно поддерживается со стороны государства, воспитывая патриотизм и гордость за свою страну у китайского народа.

На сегодняшний день Китай все также придерживается политического курса, который был принят еще Дэн Сяопином – «открытость значит развитие». Тогда это было актуальным, так как вместе с иностранным капиталом даже при всех издержках его масштабного входа в Китай в страну пришел опыт организации международного бизнеса, рост и внедрение передовых технологий, рост квалификации специалистов, освоение новых профессий, реализация важных проектов по совершенствованию образовательной сферы, банковской системы, вместе создающих необходимые условия для оптимального функционирования рыночной экономики.

Затем, на следующем этапе, укрепив промышленное ядро страны и сделав из нее «глобальную фабрику товаров», решили и дальше развивать экономику, включаясь в мировые процессы на основе собственных комплексных долгосрочных прогнозов и моделирования экономики. Особо следует обратить внимание на тезис «Социализм с китайской спецификой», который состоит в современных эффективных идеях строительства социального государства на рынке. Так, например, даже США имеет многомиллиардные долги перед Китаем, что существенно снижает независимость Америки.

Сейчас китайское правительство готовит новую цель – стать государством, создающим современные технологии глобального уровня, провести за ограниченное время индустриализацию страны на базе глобальной технологической трансформации, развивая при этом тяжелую промышленность за счет НТП.

Китайский опыт говорит сам за себя: технологическая основа должна всегда быть в приоритете над развитием национальной конкурентоспособности.

Успехи Китая за последние 30 лет являются заслугой аналитиков, ученых, социологов, которые дали верный прогноз экономического и социального развития страны и предложили эффективные меры для ограничения попыток снижения национальной конкурентоспособности страны со стороны иностранных государств, предотвратив экспансию конкуренции компаний развитых стран, защитив суверенитет и безопасность государства, а правительство Китая всемерно помогло реализовать эти идеи на практике.

Кроме того, китайцы всегда исходят из той аксиомы, что только человеческие ресурсы могут быть фундаментом для инновационного процесса.

Руководство Китая на сегодняшний день полагает, что развитие экономики за счет достижений НТП – решение рациональное, и это движение по инновационному пути для Китая

проходило по пути интенсификации производства. Кроме того, нужно было сократить в значительной степени зависимость Китая от зарубежных стран и капитала.

В таких областях, как энергоснабжение и защита окружающей среды, активно внедряются информационные технологии, создается современное оборудование, применяются новые виды энергии.

В целом можно сказать, что в китайском опыте легко найти много положительного и полезного, рационального и целесообразного для экономик других стран, идущих по пути НТП.

Вместе с тем некоторые критики проводимой экономической политики Китая категорично утверждают, что Россия перешла этап развития, на котором сейчас находится Китай, и оглядываться назад нет никакого смысла, полагая, что Россия должна отдать предпочтение дружеским связям с Европейским Союзом и странам, лояльным к российскому народу и нашей стране.

В настоящее время многие исследователи обсуждают политику Китая и России в отношении НДС. В условиях нестабильной экономической обстановки власти Китая снизили ставку по данному налогу, тогда как в нашей стране ставка налога была увеличена. Таким образом, в отличие от России, китайские власти готовы идти на издержки для обеспечения дальнейшего роста экономики и благополучия своих граждан.

В Китае достаточно гуманно организовано налогообложение местного бизнеса. Предприятия среднего бизнеса уплачивают налог в бюджет по ставке 16%. Тогда как для малых предприятий предусмотрена ставка в размере 3%, а также возможность полного освобождения от данного налога.

Также КНР доказала эффективность прогрессивной шкалы налогообложения, которую так критикует российское правительство. Такая система налогообложения дала возможность Китаю максимально снизить налоговое бремя наемных работников. Налоги в Китае являются эффективным инструментом государственного регулирования экономики, тогда как для нашей страны они все еще остаются фискальным средством сбора средств. При этом России следует учитывать китайский опыт в данной области при разработке дальнейших налоговых реформ, особенно при остро стоящей проблеме бедности основного населения.

Китай, как и раньше, оказывает финансовую поддержку экспортной ориентации собственной экономики. В качестве примера этому выступают налоговые льготы для производителей косметических средств, для которых снижена налоговая нагрузка, а в сегменте масс-маркет налог вообще сводится к нулю. Такая мера позволила увеличить уровень ценовой конкурентоспособности китайских косметических товаров, что при достаточно широком ассортименте способствовало увеличению производства и сбыта. При этом существуют отрасли, в развитии которых КНР не заинтересована, продукция которых облагается достаточно высокими налогами.

Важную роль в формировании нового внешнеэкономического механизма играют специальные экономические зоны (СЭЗ), создание которых в Китае позволило добиться значительных успехов, а опыт их формирования представляет практический интерес для России. Китайская модель внешнеэкономической открытости является характерным примером эффективной ориентации реформы на конечные результаты.

Однако, несмотря на высокие темпы экономического роста за последние годы, формирующаяся китайская экономическая система все еще характеризуется достаточно острыми проблемами:

- значительной экспортной зависимостью экономического развития КНР;
- повышением доходного неравенства;
- чрезмерным ростом цен на жилье и др.

В настоящее время часть налоговой реформы, направленная на разделение налогов между бюджетами, не завершена. Также существующая система местного налогообложения малоэффективна, а налоговое бремя неравномерно распределяется между субъектами экономики.

Данные проблемы характерны и для России, они существенно сдерживают структурные преобразования экономики государства и препятствуют созданию предпосылок стабильного экономического роста.

Однако китайская налоговая система является достаточно гибкой и эффективной, опыт в данной области может быть использован в России.

В целом китайская экономика на сегодняшний день рассматривается в качестве мощного «локомотива» мирового экономического развития, а накопленный в Китае опыт экономических реформ должен учитываться для успешного решения многих современных экономических проблем.

#### Список источников:

1. Закон Китайской Народной Республики «О государственных служащих». Принят на 15-м заседании Постоянного комитета Всекитайского собрания народных представителей 10-го созыва 27 апреля 2015 г., указом председателя КНР № 35, вступает в силу с 1 января 2016 г.
2. Бирюков А.В. Научно-технический потенциал Китая в американских оценках // Международные процессы. – 2010. – № 2 (23). – С. 89-93.
3. Бирюков А.В. Опыт Китая: уроки для России в XXI веке [Электронный ресурс]. – URL: <http://mognovse.ru/fgo-opit-kitaya-uroki-dlya-rossii-v-xxi-veke.html>.
4. Конституционное право зарубежных стран / под общ. ред. М.В. Баглая, Ю.И. Лейбо и Л.М. Энтина. – М.: Норма, 2017. – 1080 с.
5. Красильников Д.Г., Сивинцева О.В., Троицкая Е.А. Институциональная эволюция экономических реформ в Китае и России: взаимный обмен опытом // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2015. – № 4. – С. 192-218.
6. Кулешова Н.С., Хао Л. Особенности трансформации экономики Китая в новых экономических условиях // Вестник ТГУ. – 2015. – № 4 (144). – С. 24-33.
7. Лебедева И.Н. Правовой и философский аспекты государственной и муниципальной службы в Китае // Государственная и муниципальная служба в регионе: современное состояние, проблемы, пути совершенствования: сборник трудов участников региональной научно-практической конференции (г. Липецк, 25 октября 2013 г.) / Под общ. ред. С.В. Лаптева, А.Д. Моисеева. – Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2014. – С. 205-212.
8. Сивинцева О.В. Эволюция экономики в КНР: формирование китайского «гибрида» // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества: материалы IV междунар. научно-практ. конференции (Благовещенск – Хэйхэ – Харбин, 14-19 мая 2014 г.). Вып. 4 / Отв. ред. Д.В. Буяров и Д.В. Кузнецов. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2014. – С. 278-285.
9. Ткаченко П.Д. Мировая экономика: восточный разрез. – М.: Кнорус, 2017. – 450 с.
10. Уфимцев Р.Ф. Региональная экономика. – М.: ПРИОР, 2017. – 420 с.
11. Шманев С.В. Синергетико- институциональный подход к процессу модернизации экономики России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – № 1 (43). – С. 176-179.
12. Шманев С.В. Формирование государственной инновационно направленной промышленной политики в условиях модернизации экономики (институциональный подход) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2017. – Т. 7. – № 4 (25). – С. 57-63.

УДК 330.1:001.895:339.137

**Кузнецова Л.М., Бабенкова В.А.**

## **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Кузнецова Людмила Михайловна; кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gambeeva-1969@mail.ru*

*Бабенкова Виктория Андреевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: viktor199706@rambler.ru*

*В статье рассматривается инновационная деятельность в России. Выявлены основные критерии развития инновационного потенциала в нашей стране и проанализированы причины, затрудняющие создание благоприятного климата для формирования рынка инноваций. Сделан акцент на формировании национальной инновационной системы (НИС) как основы модернизации экономики, а также на освоении передовых технологий и форм работы с передовыми практиками функционирования производства и общества. Рассмотрены основные задачи Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года и определены задачи формирования новой инновационной модели развития в России.*

*Ключевые слова: рынок инноваций, инновационная деятельность, национальная инновационная система, передовые технологии, международное инновационное разделение труда.*

**Kuznetsova L.M., Babenkova V.A.**

## **ROLE OF INNOVATIONS IN THE NATIONAL ECONOMY COMPETITIVENESS**

*Kuznetsova Ludmila Mikhailovna; Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gambeeva-1969@mail.ru*

*Babenkova Viktoriya Andreevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: viktor199706@rambler.ru*

*Innovative activity in Russia is considered in the article. The basic criteria of innovative potential development in our country are revealed and the reasons complicating creation of favorable climate to form the market of innovations are analyzed. Formation of national innovative system (NIS) as the bases of economy modernization, development of high technologies and forms of work with the advanced practices of production and society functioning are emphasized. The primary goals of the Strategy of Innovative Development of the Russian Federation in the period till 2020 are considered and formation problems of new innovative development model in Russia are defined.*

*Keywords: market of innovations, innovative activity, national innovative system, high technologies, international innovative division of labour.*

На современном этапе развития российской экономики требуются огромные инновации, охватывающие все отрасли и носящие регулярный характер [3]. Под инновацией понимается конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, нового подхода к социальным проблемам [4].

Главной составляющей реализации инноваций и регулирования инновационных процессов является рынок инноваций, который, в свою очередь, проявляется в поддержке инновационных проектов и предложений, научных идей, распространении (продажа, покупка, обмен) объектов интеллектуальной собственности и прочее. В РФ инновационной деятельностью заняты такие структуры, как Корпорация развития, Инвестиционный фонд, Российская венчурная компания, госкорпорации, 12 наукоградов, 55 технопарков, 66 инновационно-технических центров, 86 центров трансфера технологий и 10 аналитических центров. В действительности на долю перечисленных структур приходится 2,5% расходов на НИОКР и 0,2% на инновации. Место России в индексе ведения бизнеса представлено в табл. 1. За этот период Россия переместилась со 123 на 40 место [7, с. 44]. Особенно стоит отметить динамику по таким показателям, как регистрация собственности, получение кредитов, создание новой компании, получение лицензий и разрешений.

Таблица 1 – Место России в индексе ведения бизнеса [7]

Легкость	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Изменение 2017/2016
1. Создания новой компании	106	111	100	88	34	41	26	∧ 15
2. Получения лицензий и разрешений	179	178	180	178	156	119	115	∧ 4
3. Получения электроэнергии	183	183	188	117	143	29	30	∨ 1
4. Регистрации собственности	51	45	46	17	12	8	9	∨ 1
5. Получения кредитов	96	98	105	109	61	42	44	∨ 2
6. Защиты интересов инвесторов	108	111	113	115	100	66	53	∧ 13
7. Уплаты налогов	107	105	63	56	49	47	45	∧ 2
8. Ведения международной торговли	166	160	162	157	155	170	140	∧ 30
9. Принудительного обеспечения выполнения контрактов	19	13	10	10	14	5	12	∨ 7
10. Ликвидации компании	60	60	53	55	65	51	51	-
ОБЩИЙ ИНДЕКС	124	120	112	92	62	51	40	∧ 11

Несмотря на заметный прогресс по целому ряду показателей, Россия по-прежнему сильно отстает от передовых стран с точки зрения ведения международной торговли и сокращения транзакционных издержек по получению лицензий и разрешений.

Одним из важнейших вопросов дальнейшего развития России является формирование национальной инновационной системы (НИС) как основы модернизации экономики, преодоления технологической отсталости и достижения экономического роста. Отсюда следует, что национальная инновационная система – это комплекс сопряженных экономических механизмов и видов деятельности, обеспечивающих инновационные процессы, при этом основным является динамизм взаимодействия субъектов инновационной системы [1, с. 36]. В целом за данный период в Российской Федерации отмечается увеличение инновационной продукции на 82,43% по всем видам экономической деятельности, что говорит о незначительном улучшении показателей инновационного развития страны, однако не дает возможности России конкурировать с ведущими странами мира. По данным рейтинга Всемирного экономического форума, в 2016 году из 140 стран Россия находилась на 45-м месте по уровню международной конкурентоспособности, на 68-м месте – по инновационному потенциалу и на 95-м – по развитости финансового рынка [5, с. 251]. В рейтинге, опубликованном организацией из структуры ООН, Россия опустилась на две строчки.

Для оценки фактической конкуренции национальных инновационных экономик наилучшим образом подходят рейтинги, отражающие соответствующую позицию стран относительно друг друга. Наиболее известен ежегодный рейтинг Международной организации интеллектуальной собственности (World Intellectual Property Organization). Однако столь же

большое значение имеет также ежегодно обновляемый рейтинг агентства Bloomberg. Россия активно участвует в мировой конкуренции национальных инновационных экономик, хотя ее позиции в рейтингах различны. Согласно агентству Bloomberg, наша страна не только близка к десятке ведущих инновационно ориентированных стран, но и направленно приближалась к ней в течение последних трех лет. Положение России среди национальных экономик представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Положение России среди национальных экономик по данным агентства Bloomberg [2]

Год	Страна	Место в рейтинге
2014	Великобритания	16
	Австрия	17
	Россия	18
	Бельгия	19
	Новая Зеландия	20
2015	Канада	12
	Австралия	13
	Россия	14
	Норвегия	15
	Швейцария	16
2016	Франция	10
	Израиль	11
	Россия	12
	Австрия	13
	Норвегия	14

Напротив, данные Международного агентства по интеллектуальной собственности, приведенные в таблице 3, свидетельствуют о заметном отставании отечественной инновационной экономики, хотя тенденция к его постепенному сокращению также очевидна [2, с. 780]. Учитывая сказанное об отличиях рейтингов, можно сделать вывод о том, что национальная инновационная экономика развивается быстрее, чем обеспечивающая ее среда. Надо полагать, что экономическая, социальная, политическая системы не могут меняться в краткосрочной перспективе столь быстро, чтобы успевать за наращиванием инновационной мощи. Такой сценарий тем более очевиден в условиях большой по размеру страны, экономика которой имеет сложную (в том числе и в пространственном отношении) организацию. Однако его реализация создает и своего рода опасность, связанную с возможным исчерпанием ресурсов для поддержания роста конкурентоспособности российской инновационной экономики.

Логично проанализировать страны, с которыми Россия непосредственно конкурирует в инновационном отношении. Как следует из обоих рейтингов, каждый год конкуренты оказываются новыми. Исключениями являются разве что Австрия и Норвегия, а также Маврикий и ОАЭ. Более того, стоит обратить внимание на тот факт, что новые конкуренты подчас принципиально отличаются от прошлогодних как по социально-экономическому уровню развития, так и по геополитическому позиционированию и принципу встроенности в мировую экономику. С одной стороны, Россия способна успешно конкурировать с самыми различными странами, что свидетельствует в пользу отечественной инновационной экономики, но, с другой стороны, описанная ситуация означает, что каждый год наша страна сталкивается с новыми вызовами, а укрепление ее позиций заставляет постоянно решать принципиально иные задачи. Действительно, для успешной конкуренции с Бразилией, Великобританией, Оманом и Румынией требуется использование весьма различных инструментов. Все это создает существенный риск для дальнейшего развития национальной инновационной экономики.

Таблица 3 – Положение России среди инновационных национальных экономик на основе рейтинга Международной организации интеллектуальной собственности [2]

Год	Страна	Место в рейтинге
2011	Саудовская Аравия	54
	Сербия	55
	Россия	56
	Оман	57
	Аргентина	58
2012	Маврикий	49
	Молдова	50
	Россия	51
	Румыния	52
	Бруней	53
2013	Колумбия	60
	Иордания	61
	Россия	62
	Мексика	63
	Бразилия	64
2014	Катар	47
	Таиланд	48
	Россия	49
	Греция	50
	Сейшельские острова	51
2015	Польша	46
	ОАЭ	47
	Россия	48
	Маврикий	49
	Катар	50
2016	ОАЭ	41
	Турция	42
	Россия	43
	Чили	44
	Коста-Рика	45

В рейтинге The Global Innovation Index 2017 самых инновационных стран, который составляет Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO) ООН, Россия заняла 45-ю строчку из 127. В прошлогоднем рейтинге страна занимала 43-ю позицию, тогда она поднялась на пять строк [9]. Как отмечают составители, ослабление России в рейтинге связано с ухудшением позиций университетов страны в международных рейтингах, уменьшением числа цитируемых трудов и числа поданных патентных заявок. В сегменте стран со средним уровнем доходов Россия заняла третье место, уступив Китаю и Индии. Несмотря на негативные тенденции формирования инновационной деятельности в стране, Российская Федерация сделала незначительный прорыв, войдя в десятку лучших стран по валовым расходам на НИОКР (1,5% от ВВП) и по количеству заявок на право интеллектуальной собственностью, заняв 10-е место с показателем 846 [7, с. 42]. Удельный вес страны от общемирового количества заявок составляет 2,13% в 2016 году. По количеству заявок на патенты, товарные знаки и промышленные образцы Россия занимает последнее место по отношению к ведущим странам мира. Позиционирование Российской Федерации на мировом рынке инноваций в сравнении с ведущими странами мира за исследуемый период показывает негативную динамику, что обусловлено низким уровнем инновационного развития страны и наличием существенных барьеров, мешающих улучшить не только результативность рынка инноваций, но и развитие отечественной экономики в целом.

На современном этапе инновационных преобразований экономики необходимо сконцентрироваться на освоении передовых технологий и форм работы с ведущими практиками функционирования производства и общества [6]. Целью должно стать не только собственное инновационное творчество, но и получение доступа к лучшим мировым образцам, их усвоение и освоение. Только достигнув уровня технологического развития передовых стран и завоевав собственные устойчивые позиции в международном инновационном разделении труда, можно будет добиться передового уровня российского производства [8, с. 261]. При этом особое значение приобретают проблемы формирования инновационного потенциала как страны в целом, так и отдельных регионов. Инновационный потенциал – это результат целенаправленной деятельности (инновационного процесса) в форме новых продуктов, технологий, форм и методов управления, причем наличие новизны фиксируется со стороны потребителя.

Таким образом, инновационный потенциал как регионов, федеральных округов, так и страны в целом является определяющим условием, формирующим устойчивость их экономического роста.

Одним из основных документов, устанавливающих ориентиры долгосрочного развития в сфере инноваций и создания в России инновационной экономики, является Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Создание Стратегии было обусловлено, в том числе, последствиями мирового экономического кризиса 2008-2009 годов. В настоящее время отечественная экономика столкнулась с новым кризисом и положения, декларированные в Стратегии, не утратили своей актуальности.

Основными задачами Стратегии являются следующие:

- в долгосрочном периоде развитие кадрового потенциала с акцентом на специалистов в таких сферах, как наука, образование, технологии и инноваций;
- обеспечение прозрачности и открытости отечественной инновационной системы и национальной экономики в целом;
- интеграция российской экономики и инновационной сферы в мировые процессы создания и внедрения нововведений;
- создание современного, конкурентоспособного, разнонаправленного и устойчивого сектора исследований и разработок, способного к долгосрочному развитию и устойчивому росту;
- переход на инновационное развитие не только бизнеса, но и государственной сферы, максимально широкое внедрение в повседневную работу органов государственной власти и местных органов современных инновационных технологий.

Ключевым направлением работы и основной задачей реализации Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года является активизация деятельности по реализации инновационной политики, осуществляемой органами государственной власти субъектов Российской Федерации и муниципальными образованиями.

Реализация Стратегии оказывает непосредственное влияние на место России в индексе ведения бизнеса за последние годы. Проблема эта становится особенно актуальной в условиях ограничения внешнего финансирования. Создание благоприятных институциональных предпосылок для развития отечественного бизнеса может обеспечить условия для ускорения инновационного развития в нашей стране.

Сказанное означает, что успешность участия России в конкуренции национальных инновационных экономик объяснима как ее явными успехами, так и благоприятными мировыми условиями, которые заключаются в исчерпании возможностей соответствующего развития в ряде стран и утрате некоторыми из них занимаемых ранее позиций. Из этого следует закономерный вопрос о конкурентоспособности отечественной инновационной экономики по сравнению с другими странами, также укрепляющими свои позиции в мировых рейтингах. Ответить на него в настоящее время затруднительно (в том числе и по причине ограниченности имеющихся статистических данных по времени), однако удержание лидерства в сравнении с такими весьма успешными странами, как Австрия и Норвегия, указывает на наличие ресурсов и для конкуренции, реализующейся в гораздо менее благоприятных (мож-

но сказать, жестких) условиях. Иными словами, имеющаяся в распоряжении информация говорит о том, что Россия вполне способна в ближайшей перспективе не только войти в число ведущих инновационно-ориентированных стран, но и успешно конкурировать с ними.

Прогноз социально-экономического развития РФ, подготовленный в целях обоснования Федерального бюджета на 2019 г. и плановый период 2020-2021 гг., имеет два варианта – базовый и консервативный.

В базовом сценарии в 2019 году рост ВВП ожидается на уровне 1,3%. В последующие годы благодаря реализации национальных проектов, проведению пенсионной реформы и осуществлению ряда мер, способствующих повышению инвестиционной активности, рост ускорится до 2% в 2020 году и до 3% в 2021 году.

Ожидаемого увеличения инвестиций в основной капитал в России не произойдет по причине продолжительности процедур подготовки решений в области инвестирования и сложностей при распределении средств по крупным проектам, в которых участвует государство. Согласно консервативному сценарию прогноза, экономика России в 2019 году будет развиваться при существенном замедлении динамики мирового хозяйства. В данном прогнозе Министерства экономики есть спорные моменты. В частности, в нем не прописаны механизмы, с помощью которых Правительство намерено стимулировать повышение инвестиционной активности.

Мировая конкуренция национальных инновационных экономик, большую роль в которой играет деятельность национальных инновационных систем, является закономерным явлением в условиях глобализации. Проводимую в последние годы в России инновационную политику следует считать эффективной, однако нуждающейся в некоторой корректировке с учетом выявленных рисков.

#### Список источников:

1. Алтынбаева Л.Е. Взаимодействие старой и новой экономики как условие формирования национальной инновационной системы: монография. – Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 118 с.
2. Гусев К.Н. Инновации в России: проблемы и перспективы // Банковское дело. – 2010. – № 1. – С. 12-16.
3. Илюхина И.Б., Ильминская С.А. Ресурсный потенциал инновационного развития экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1 (39). – С. 133-136.
4. Названова К.В. Инновации как инструмент современной трансформации экономики: теоретический аспект // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – Т. 16. – № 2. – С. 251-255.
5. Нуреев Р.М., Симаковский С.А. Инновационный потенциал России в условиях экономических санкций: резервы роста // Вопросы регулирования экономики. – 2016. – Т.7. – №4. – С. 32-47.
6. Паршутина И.Г., Положенцева Ю.С., Клевцова М.Г. Анализ международных индексов дифференциации пространственного потенциала региона // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 4 (42). – С. 92-100.
7. Романова А.Д., Доничев О.А., Баринов М.А. Методика анализа и оценки инновационного потенциала социально-экономических систем регионов // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – Т.16. – №2. – С. 260-271.
8. Россия опустилась в рейтинге самых инновационных стран [Электронный ресурс] / РБК. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/15/06/2017/594271b19a79473ed86548d0>.
9. Рубан Д.А. Современное участие России в мировой конкуренции национальных инновационных экономик // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2017. – Т. 13. – № 4. – С. 773-786.

## **ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ**

УДК 336.221.26(470)

Асанова Ш.Р.

### **АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ВЗИМАНИЯ ОСНОВНЫХ НАЛОГОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Асанова Шасние Руслановна\**; Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, д. 21/4; e-mail: ms.shasya@mail.ru

*В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты налогообложения в Российской Федерации; структурированы элементы налога согласно Налоговому Кодексу Российской Федерации; уточнено влияние налогов на формирование доходной части бюджета и на трансформационные процессы, происходящие в обществе; проанализирован процесс взимания прямых налогов (налога с доходов физических лиц, налога с прибыли организации, земельного налога, налога на добычу полезных ископаемых, налога на имущество юридических лиц) и косвенных налогов (налога на добавленную стоимость, акциза); выявлены основные проблемы налогообложения в Российской Федерации и определены направления их решения.*

*Ключевые слова:* налог, налоговая база, налоговая ставка, налоговые вычеты, прямые налоги, косвенные налоги.

**Asanova Sh.R.**

### **ANALYSIS OF COLLECTION PROCESS OF THE BASIC TAXES IN THE RUSSIAN FEDERATION**

*Asanova Shasnie Ruslanovna*; Institute of Economics and Management of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 21/4 Sevastopolskaya Street, Simferopol, Republic of Crimea 295015, Russian Federation; e-mail: ms.shasya@mail.ru

*In the article theoretical and practical aspects of taxation in the Russian Federation are considered. Tax elements according to the Tax Code of the Russian Federation are structured. Impact of taxes on formation of the profitable part of the budget and on transformational processes in the society is specified. Collection process of direct taxes (the tax on individuals' incomes, the tax on organization's profit, land tax, tax on minerals extraction, property tax) and indirect taxes (the tax to the added cost, the excise) is analyzed and the basic problems of taxation in the Russian Federation are revealed. Directions of their solution are defined.*

*Keywords:* tax, tax base, tax rate, tax deductions, direct taxes, indirect taxes.

В настоящее время налоги являются важным источником формирования бюджета (централизованного фонда денежных средств страны); представляют собой часть валового внутреннего продукта, создаваемого в процессе производства и распределения посредством человеческого труда, капитала и природных ресурсов. Обеспечение стабильного, своевременного и полного поступления налогов и сборов в бюджет – важнейшее условие устойчивого функционирования государственных институтов всех уровней власти, главный показатель эффективности налоговой политики государства.

Процесс взимания налогов (налогообложение) основывается на выделении элементов налога. Согласно статье 17 Налогового Кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ), при взимании налогов необходимо учитывать следующие элементы налога (рис. 1).

---

\* *Научный руководитель: Розатенюк Элана Владимировна, к.э.н., доцент; e-mail: elana2005@mail.ru*

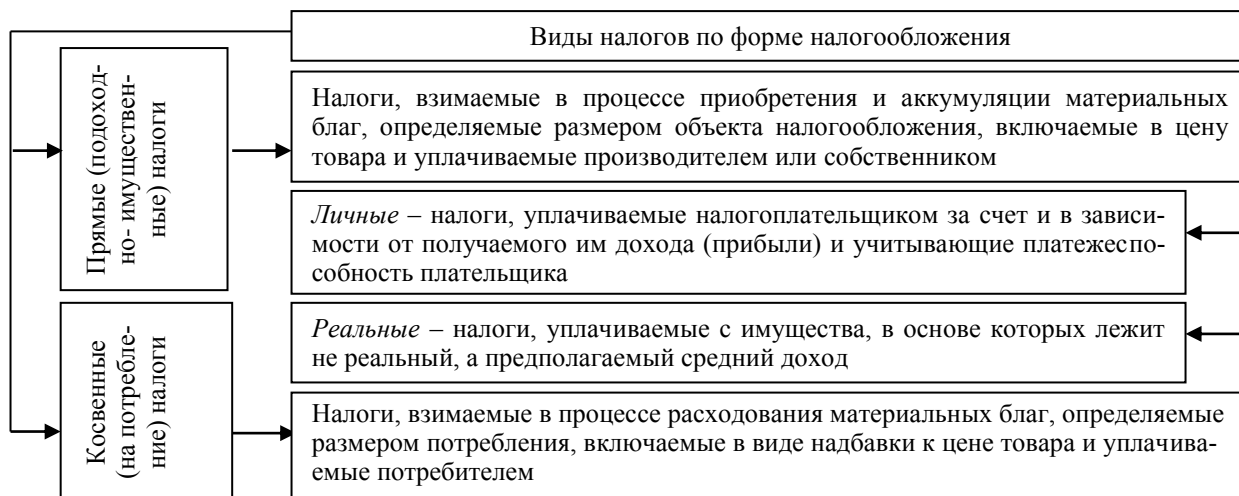


Источник: составлено автором на основе [2].

Рисунок 1 – Элементы налога согласно Налоговому Кодексу Российской Федерации

Налоги в научной и учебной литературе классифицируются по нескольким признакам: в зависимости от плательщика (налоги с юридических лиц, налоги с физических лиц); в зависимости от уровня взимания налогов (общегосударственные, субфедеральные, местные); в зависимости от способа взимания (долевые, репатриационные); в зависимости от характера использования (общего назначения, целевого назначения); в зависимости от периодичности взимания (разовые, систематические); в зависимости от учета налогового платежа (налоги, финансируемые потребителем; налоги, включаемые в себестоимость; налоги, финансируемые за счет чистой прибыли) [6, с. 113-114].

Основным классификационным признаком, используемым в качестве базового в НК РФ, является выделение видов налогов по форме налогообложения (рис. 2).



Источник: составлено автором на основе [2].

Рисунок 2 – Виды налогов по форме налогообложения

Под налоговой системой понимают «совокупность налогов, сборов, пошлин и других платежей, взимаемых в установленном порядке с плательщиков – юридических и физических лиц на территории страны, а также форм и методов их построения» [4, с. 5]. Все взимаемые налоги аккумулируются в доходной части бюджета соответствующего уровня и являются его основой. При этом значительную часть налоговых поступлений в доходную часть бюджетов всех уровней составляют прямые налоги – налог с доходов физических лиц и налог с прибыли организаций. Так, в доходной части федерального бюджета они занимают наибольший удельный вес: в 2017 году доля первого составляла 13,4% (2028 млрд руб.), второго – 11,6% (1752 млрд руб.); в 2018 году суммы увеличились до 253 млрд руб. (11,7%) и 298 млрд руб. (10,5%) соответственно [3].

В бюджетах субъектов федерации доля прямых налогов может быть несколько иной, все зависит от уровня социально-экономического развития региона и его ресурсного потенциала. Например, в консолидированном бюджете Республики Крым в составе прямых налогов преобладает налог с доходов физических лиц (2015 год – 55,22%, 2016 год – 60,86%). Налог с прибыли организаций значительно меньше (25,34% и 17,32% соответственно). Удельный вес остальных налогов мене 1% [5, с. 76].

Рассмотрим процесс налогообложения по прямым налогам. Их перечень с указанием ставок представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Налоговые ставки для прямых налогов, взимаемых в Российской Федерации на 01.01.2019 года

Вид налога	Наименование налога, ставка	
	Для физических лиц	Для юридических лиц
Прямые налоги	НДФЛ – 13%	НДФЛ с работников – 13%
		Налог на прибыль организаций – 20%
		Налог на игорный бизнес: игровые столы – 25000 руб. игровые автоматы – 1500 руб.
		Торговый сбор: Организация розничных рынков – 61,85 руб. за каждый м <sup>2</sup> рыночной площади

Источник: составлено автором на основе [1].

Налог с доходов физических лиц (далее – НДФЛ). Согласно статье 224 НК РФ, ставка НДФЛ устанавливается в размере 13%, если иное не предусмотрено настоящей статьей [1].

Согласно статье 210 НК РФ, налоговой базой по данному виду налога признаются доходы, полученные налогоплательщиком в денежной и натуральной форме, а также в виде материальной выгоды. Налоговую базу по доходам работников, облагаемым по ставке 13%, работодатели рассчитывают по итогам каждого месяца методом нарастающего итога с начала года. Полученная сумма доходов работника должна быть уменьшена на предоставляемые ему вычеты по НДФЛ. Сумма вычетов бывает стандартная (статья 218 НК РФ), социальная (статья 219 НК РФ) и имущественная (статья 220 НК РФ). То есть налоговая база рассчитывается по формуле:

$$(\text{Налоговая база по НДФЛ с начала года}) = (\text{Ставка налога}) - (\text{Сумма вычетов}) \quad (1)$$

После того как налоговая база по НДФЛ определена, можно переходить к расчету самого налога по формуле:

$$(\text{Сумма НДФЛ с начала года}) = (\text{Налоговая база}) \times 13\% \quad (2)$$

Налог на прибыль организаций. Согласно статье 274 НК РФ, налоговой базой по данному налогу является денежное выражение прибыли [1]. В общем случае прибыль — это об-

лагаемые доходы, уменьшенные на принимаемые для прибыли расходы [1]. Из этого следует, что налог на прибыль организаций рассчитывается по следующей формуле:

$$(\text{Налог на прибыль организаций}) = (\text{Налоговая база}) \times (\text{Налоговая ставка}) \quad (3)$$

Следует обратить внимание, что в данной методике расчета доходы и расходы берутся на начало года, так как налог на прибыль считается нарастающим итогом.

Важным объектов налогообложения по прямым налогам являются ресурсы, характеристика которых представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Налоговые ставки для прямых налогов, взимаемых с ресурсов в Российской Федерации на 01.01.2019 года

Вид налога	Наименование налога, ставка	
	Для физических лиц	Для юридических лиц
Прямые налоги	Земельный налог: Для земель сельхозназначения, дачных участков и предназначенных под застройку жильем – 0,3% от кадастровой стоимости на земли сельскохозяйственного назначения, ИЖС и ЛПХ; 1,5% – на земли, предназначенные для иных целей	Земельный налог: Земли сельхозназначения – 0,3% от кадастровой стоимости; Если земли применяются для других целей, то ставка резко возрастает и составляет уже 1,5% стоимости кадастра
	Водный налог: 107 руб. за одну тысячу м <sup>3</sup> водных ресурсов, забранных (изъятых) из водного объекта	Водный налог: 107 руб. за одну тысячу м <sup>3</sup> водных ресурсов, забранных (изъятых) из водного объекта
		НДПИ: торфа; угля каменного, угля бурого, антрацита и горючих сланцев – 4,0%

Источник: составлено автором на основе [1].

Основным налогом в этой группе является земельный налог. Согласно действующему законодательству, он рассчитывается по следующей формуле:

$$(\text{Земельный налог}) = (\text{Кст} \times \text{Д} \times \text{Ст} \times \text{Кв}), \quad (4)$$

где: Кст – кадастровая стоимость земельного участка;  
Д – размер доли в праве на земельный участок;  
Ст – налоговая ставка;  
Кв – коэффициент владения земельным участком [4].

Земельный налог должны платить лица, владеющие участками на праве собственности, постоянного (бессрочного) пользования или пожизненного наследуемого владения. Если же земельные участки находятся у физических лиц на праве безвозмездного срочного пользования или были им переданы по договору аренды, то земельный налог платить не нужно.

Еще одним объектом налогообложения по прямым налогам является имущество, характеристика которого представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Налоговые ставки для прямых налогов, взимаемых с имущества в Российской Федерации на 01.01.2019 года

Вид налога	Наименование налога, ставка	
	Для физических лиц	Для юридических лиц
Налог на имущество	Налог на имущество: До 10 млн руб. (включительно) – 0,1% Свыше 10 млн руб. до 20 млн руб. (включительно) – 0,15% Свыше 20 млн руб. до 50 млн руб. (включительно) – 0,2%	Налог на имущество – 1,4%

Источник: составлено автором на основе [1].

Формула расчета налога на имущество физических лиц имеет вид:

$$(H) = (H_1 - H_2) \times (K) + (H_2), \quad (5)$$

где:  $H$  – величина налога к уплате;

$H_1$  – номинальная величина налога, определяемая с учетом только кадастровой цены объекта, установленной для нее ставки и вычета;

$H_2$  – номинальная величина налога, рассчитываемая с учетом только инвентаризационной стоимости квартиры, ставки, а также коэффициента.

$K$  – понижающий коэффициент, последовательно увеличивающийся на 0,2 ежегодно в течение первых 4 лет начала применения расчета от кадастровой стоимости, составляющий таким образом от 0,2 (в 1 год) до 0,8 (в 4 год).

Физическим лицам налог на имущество рассчитывает налоговая служба, после чего направляет по адресу их места жительства налоговое уведомление, в котором содержится информация о размере налога, сроке его оплаты и т.д.

Ставка по налогу на имущество организаций устанавливается согласно законодательным актам субъектов РФ и не может превышать 2,2%. Налог на имущество организаций рассчитывается по формуле:

$$(\text{Налог на имущество юр. лиц}) = (\text{Налоговая база}) \times (\text{Налоговая ставка}) \div 100 \quad (6)$$

Согласно статье 375 НК РФ, налоговой базой по данному налогу является среднегодовая стоимость имущества, признаваемого объектом налогообложения [1].

Рассмотрим процесс налогообложения по косвенным налогам. Особое внимание уделим налогу на добавленную стоимость и акцизу, доля которых в доходной части федерального бюджета на конец 2017 года составлял 3069,9 млрд руб. (20,3%) [3]. Их перечень с указанием ставок представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Налоговые ставки для косвенных налогов, взимаемых с ресурсов в Российской Федерации на 01.01.2019 года

Виды налога	Наименование налога, ставка
Косвенные налоги	НДС – 20%
	Акцизы на отдельные группы и виды товаров: алкоголь с долей содержания спирта менее 9% – 418 руб. с литра спирта, который входит в состав готового напитка; табачная продукция – 2200 руб. за 1 кг; легковые автомобили (например, с мощностью двигателя до 67,5 кВт (90 л.с.) включительно – 0 руб. за 0,75 кВт (1 л.с.); мотоциклы – 420 руб. за 0,75 кВт (1 л.с.); д топливо – 5093 руб. за 1 тонну и т.д.

Источник: составлено автором на основе [1].

Налог на добавленную стоимость (далее – НДС). Согласно статье 153 НК РФ, налоговая база по данному налогу определяется в зависимости от объекта налогообложения: при реализации товаров (работ, услуг) стоимость этих товаров (работ, услуг) с учетом акцизов (для подакцизных товаров) и без включения в них НДС. Предполагается, что цена товаров (работ, услуг), указанная сторонами сделки, соответствует рыночным ценам [1].

Формула расчета НДС:

$$(\text{НДС}) = (\text{Налоговая база}) \times (\text{Налоговая ставка}) \div 100 \quad (7)$$

Акциз. Та же добавочная стоимость, только начисляется на определенные категории дорогостоящих товаров, пользующихся повышенным спросом. Величина сбора указывается на акцизной марке, которая клеится на месте вскрытия продукта.

Согласно статье 187 НК РФ, налоговая база по данному налогу определяется отдельно по каждому виду подакцизного товара [1].

Расчет суммы акциза, подлежащей уплате в бюджет с учетом налоговых вычетов, производится по следующей формуле:

$$(\text{Сумма акциза}) = (\text{Налоговая база}) \times (\text{Ставка акциза}) - (\text{Сумма налоговых вычетов}) \quad (8)$$

В соответствии со статьей 200 НК РФ, налогоплательщик имеет право уменьшить сумму по подакцизным товарам на сумму налоговых вычетов. «Вычетам подлежат суммы акциза, уплаченные налогоплательщиком, в случае возврата покупателем подакцизных товаров (в том числе возврата в течение гарантийного срока) или отказа от них, за исключением алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции, при соблюдении условий, установленных пунктом 5 статьи 201 настоящего Кодекса» [1].

Проанализировав процесс взимания основных налогов в РФ, можно сделать следующие выводы:

1. В настоящее время отмечается положительная тенденция поступлений наиболее значимых прямых налогов и сборов, основных косвенных налогов в российскую бюджетную систему. Однако косвенные налоги в Российской Федерации выполняют исключительно фискальную функцию, поскольку включены в стоимость товара.

2. Существует ряд проблем, которые необходимо решить для повышения роли налоговой составляющей в доходной части бюджетов всех уровней. Основными проблемами являются: уклонение от уплаты налогов; ведение двойной бухгалтерии с целью выдачи заработной платы в конвертах; умышленное уклонение от уплаты налогов; сложность исчисления налогов и др.

3. Проблемы в налогообложении будут иметь место до тех пор, пока кардинально не изменится политическая и социально-экономическая ситуация в стране. Необходимы реальные собственники, способные благодаря своему имущественному положению не только обеспечить личные потребности, но и пополнить государственную казну без ущемления собственных интересов.

4. Основная проблема исчисления и уплаты налогов – это определение параметров налогооблагаемой базы, ее реальное обоснование с учётом интересов собственников. Это позволит корректно рассчитать налоговое бремя и определить ставки налогов.

5. Параллельное сосуществование двух видов учёта (бухгалтерского и налогового) сильно затрудняет практику реальной оценки финансово-хозяйственной устойчивости предприятий и организаций, что отрицательно сказывается на использовании учётной информации для улучшения инвестиционного климата в России, препятствует привлечению иностранных инвесторов в национальную экономику.

#### Список источников:

1. Налоговый кодекс РФ. Часть первая. №146-ФЗ от 31.07.1998 (ред. №32-ФЗ от 15.02.2016, №101-ФЗ от 05.04.2016, №102-ФЗ от 05.04.2016, №110-ФЗ от 26.04.2016).

2. Налоги и налогообложение: учебное пособие / В.Ф. Тарасова, Л.Н. Семькина, Т.В. Сапрыкина. – 3-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2007. – 320 с.

3. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.minfin.ru/ru/>.

4. Погодина И.В. Налоговая система: теория и тенденции развития. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2017. – 88 с.

5. Рогатенюк Э.В. Оценка параметров налоговой политики Республики Крым // Ученые записки КФУ им. В.И. Вернадского. Серия Экономика и управление. – 2017. – Т. 3 (69). – №1. – С. 70-84.

6. Рогатенюк Э.В., Пожарицкая И.М. Финансы. – Симферополь: НАПКС, 2007. – 280 с.

УДК 336.221.24(470)

**Ермолова Т.С.**

## **НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Ермолова Татьяна Сергеевна\**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tatjana.ermolowa2014@yandex.ru

*Эффективное функционирование механизма государственного управления в современной экономике невозможно без формирования системы контроля за поступлением налогов и сборов в бюджет. В статье рассмотрена эволюция понятия «налоговое администрирование» в российской науке, отражены основные подходы к определению данного термина. Охарактеризована роль налогов и сборов как основного источника пополнения доходной части государственного бюджета, приведены статистические данные о налоговых поступлениях в государственный бюджет Российской Федерации за 2014-2017 гг. Автором сформулированы основные направления совершенствования действующей системы налогового администрирования.*

*Ключевые слова:* налоги, налоговые правоотношения, бюджет, финансовая политика.

**Ermolova T.S.**

## **TAX ADMINISTRATION IN THE RUSSIAN FEDERATION**

*Ermolova Tatyana Sergeevna*, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tatjana.ermolowa2014@yandex.ru

*Effective functioning of public control mechanism in modern economy is impossible without organization of the system controlling taxes and duties in the budget. In the article evolution of the concept “tax administration” in Russian science is considered. Basic approaches to definition of the term are reflected. The role of taxes and duties as the basic source of replenishment of the profitable part of the state budget is characterized and statistical data about tax revenues in the state budget of the Russian Federation in 2014-2017 are cited. The author formulate the basic perfection directions of the existing system of tax administration.*

*Keywords:* taxes, tax legal relationships, budget, financial policy.

Российская Федерация как демократическое федеративное правовое и социальное государство, действуя в интересах общества в целях соблюдения и защиты прав и свобод человека, осуществляет социальную, экономическую, правоохранительную и другие функции, которые обеспечиваются за счет взимания с граждан и юридических лиц налогов. Таким образом несовершенство организационно-правового механизма налогового администрирования актуализирует проблемы и порождает необходимость их научного осмысления [1, 2, 18, 20].

Термин «администрирование» является достаточно новым для российской науки, однако в последние годы он прочно вошел в оборот как ученых различных отраслей, так и законодателей. Термин «администрирование» имеет латинские корни и происходит от слова «administration» – руководство, управление.

Понятие «налоговое администрирование» появляется в теории и практике налогообложения с переходом на рыночную систему управления [7]. Его толкование весьма многогранно как в литературе, так и в правовых актах, и нет четкого и однозначного определения понятия. Поскольку администрирование включает в себя управленческую, то есть организационную деятельность, предлагается определить налоговое администрирование как управление налоговыми отношениями с целью создания мотивационной среды, способствующей

---

\* *Научный руководитель: Лисичкина Наталия Владимировна, к.э.н., доцент; e-mail: natalyorel@hotmail.com*

формированию в общественном сознании институциональных установок, рассматривающих обеспечение законных прав и обязанностей налогоплательщиков как неоспоримый факт правоотношений [6].

В.В. Морозов в качестве налогового администрирования рассматривает деятельность уполномоченных органов власти в области налогового контроля и деятельность, связанную с привлечением лиц к налоговой ответственности [14].

А.З. Дадашев и А.В. Лобанов полагают, что налоговое администрирование представляет собой организационно-управленческую систему реализации налоговых отношений, включающую «совокупность форм и методов, использование которых призвано обеспечить налоговые поступления в бюджетную систему России». По мнению данных авторов, обеспечить эффективное функционирование системы государственного фискального управления позволяет сбалансированное применение таких методов, как налоговое планирование, налоговое регулирование и налоговый контроль. «Каждому из этих методов присущи свои формы реализации, призванные обеспечивать решение определенных задач. Целью налогового администрирования, таким образом, является обеспечение плановых налоговых поступлений в бюджетную систему в условиях оптимального сочетания методов налогового регулирования и налогового контроля» [8].

По мнению И.А. Перонко и В.А. Красницкого, «налоговое администрирование – это система управления государством налоговыми отношениями. Налоговые отношения являются предметом налогового администрирования». Данные ученые раскрывают термин «налоговое администрирование» с двух сторон: во-первых, как систему органов управления (законодательных и административных налоговых органов). Обязанности данных органов включают процедурное обеспечение прохождения налоговой концепции на очередной плановый период: рассмотрение и обсуждение, утверждение в законодательном порядке. Кроме того, они должны составлять отчеты об исполнении налогового бюджета, подвергать их всестороннему анализу. Во-вторых, налоговое администрирование – это «совокупность норм и правил, регламентирующих налоговые действия и конкретную налоговую технику, а также определяющих меры ответственности за нарушение налогового законодательства» [16].

В работе М.Н Кобзарь-Фроловой налоговое администрирование определяется как деятельность налоговых органов и их должностных лиц, направленная на своевременную и полную уплату налогоплательщиками налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджет государства [9].

А.М. Воронов рассматривает два различных подхода к трактовке понятия налогового администрирования. В узком смысле налоговое администрирование понимается как совокупность действий, а точнее – как деятельность должностных лиц государственных органов исполнительной власти в области налоговых правоотношений. Налоговое администрирование в широком смысле предполагает управление налоговыми правоотношениями с помощью проведения определенной государственной финансово-экономической политики с учетом ответственности за порученное дело при непосредственном участии специальных государственных органов [5].

«Налоговое администрирование» как термин в нормативно-правовом акте впервые был использован в Федеральном законе от 27 июля 2006 г. №137-ФЗ, принятом в связи с осуществлением мер по совершенствованию налогового администрирования. Данным законом были внесены существенные изменения в часть первую Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ). В развитие Федерального закона от 27 июля 2006 г. №137-ФЗ позже был принят Федеральный закон от 27 июля 2010 г. №229-ФЗ, направленный на урегулирование задолженности по уплате налогов, сборов, пеней и штрафов и некоторых иных вопросов налогового администрирования, а также Федеральный закон от 23 июля 2013 г. №248-ФЗ «О внесении изменений в часть первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации о признании утратившими силу отдельные положения законодательных актов Российской Федерации». Данные норма-

тивно-правовые акты направлены на совершенствование налогового администрирования, к которому по логике законодателя относятся вопросы упорядочения налогового контроля, налоговых проектов и документооборота в налоговой сфере, улучшения условий для исполнения налогоплательщиками обязанностей по уплате налогов и сборов и др. [7].

Таким образом, на основе анализа вышеуказанных точек зрения и нормативно-правовых актов можно выделить основные особенности налогового администрирования:

- представляет собой управленческую деятельность специально уполномоченных государственных органов;
- включает в себя совокупность определенных норм, методов, приемов и средств;
- направлено на управление налоговыми правоотношениями.

Большинство ученых, изучающих налоговое администрирование, указывают на необходимость обеспечения внешнего и внутреннего налогового контроля [3, 10, 11, 12, 13, 15]. Цель налогового администрирования заключается в достижении максимально возможного эффекта для бюджетной системы в отношении налоговых поступлений при минимально возможных затратах, а также при оптимальном сочетании методов налогового контроля и налогового регулирования.

Одну из важных ролей в реализации налогового администрирования играет Федеральная налоговая служба Российской Федерации (ФНС России), основными задачами которой являются:

- обеспечение соблюдения законодательства о налогах и сборах;
- снижение административной нагрузки и упрощение процедур;
- развитие открытого диалога с экономикой и обществом,
- создание комфортных условий для налогоплательщиков,
- оптимизация деятельности налоговых органов с учетом того, что, помимо Федеральной налоговой службы, налоговые отношения находятся в ведении Министерства финансов, Федеральной таможенной службы и органов внутренних дел.

Очевидно, что эффективно действующий и четко отлаженный механизм налогового администрирования является важнейшим приоритетом современной финансовой политики России. В условиях экономического кризиса и падения ВВП все больше возрастает роль налогов и сборов как основного источника пополнения доходной части государственного бюджета. Налоги – общепризнанный источник доходов во всех странах с рыночной экономикой. В Российской Федерации более 80% доходов бюджетной системы составляют налоговые платежи (табл. 1).

Таблица 1 – Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей, администрируемых Федеральной налоговой службой, в бюджетную систему Российской Федерации (миллиардов рублей)

Показатель	2014	2015	2016	2017
Всего	12761,9	13789,8	14483,9	23143,4
в том числе консолидированный бюджет Российской Федерации,	12671,2	13788,8	14483,3	17343,5
в том числе:				
– федеральный бюджет	6215,6	6881,0	6929,6	9162,0
– консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации	6455,6	6907,8	7553,7	8181,5
– государственные внебюджетные фонды	0,7	1,0	0,6	5799,9

Таким образом, резкий рост суммы собираемых налогов за последние годы во многом обусловлен ростом инфляции, однако доля налоговых поступлений в государственную казну остается неизменно высокой [19].

Налоговое администрирование является одной из наиболее социально выраженных сфер управленческих действий. Возникновение недочетов в налоговом администрировании приводит к резкому снижению налоговых поступлений, повышает вероятность совершения налогового преступления, нарушения баланса межбюджетных отношений между регионами и федеральным центром, а может, и к значительному обострению социальной напряженности.

Данные недостатки усиливаются допущением концептуальных ошибок при принятии налогового законодательства. На сегодняшний день организация и правовое регулирование налогового администрирования требуют комплексного совершенствования, в том числе по следующим направлениям:

- прежде всего, необходимо дать более точное определение понятию «налоговое администрирование». В условиях отсутствия консенсуса среди ученых по данному вопросу использование данного понятия в юридической работе является неправильным и приводит к путанице в реализации закона. Кроме того, требуется более детальное изучение терминологии, относящейся к налоговым вопросам, чтобы исключить широкое и неопределенное толкование некоторых норм;

- законодатель должен обратить внимание на разработку вопросов правовой регламентации, компетенционных, процессуальных норм, вытекающих из законодательства;

- требуется совершенствование контрольно-надзорной деятельности в рассматриваемой области, обеспечение ее эффективной реализации специальным уполномоченным органом – ФНС России;

- для решения вопроса о роли различных государственных органов в процессе привлечения виновных лиц к ответственности за налоговые правонарушения, четкого определения компетенции правоприменительных органов в налоговом процессе следует исследовать проблемы привлечения к ответственности за правонарушения в области налогов и сборов;

- необходимо устранить неточности налогового законодательства, которые заключаются в отсутствии необходимых норм права в одних случаях и одновременное регулирование одних и тех же общественных отношений через различные механизмы в других. Такое положение дел часто приводит к значительным трудностям в правоприменении из-за наличия различных официальных точек зрения, изложенных в правовых актах [4].

Улучшение налогового администрирования на данный момент является одной из важнейших задач налоговой реформы. Сложившаяся ситуация, характеризующаяся отсутствием единых правовых основ осуществления налогового администрирования, значительными недостатками и пробелами в существующих правовых нормах вследствие их разработки без комплексного концептуального подхода к их содержанию, приводит к дисбалансу в обеспечении интересов государства и налогоплательщиков, трудностям в наполнении бюджетов всех уровней. Для эффективного функционирования налоговой системы и экономики государства требуется комплексное решение существующих проблем налогового администрирования.

#### Список источников:

1. Белоусова С.Н. Задолженность по налогам и сборам в России как угроза экономической безопасности государства // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2016. – № 2 (19). – С. 142-147.
2. Бирюкова Н.П. Совершенствование инструментов бюджетно-налоговой политики // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – № 6. – С. 67-72.
3. Вишнякова Ю.Г. Юридическая ответственность в области налогов и сборов // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – № 5. – С. 117-119.

4. Воронов А.М., Гоголев А.М. Государственное администрирование в области налогов и сборов: проблемы административно-правового регулирования: монография / под ред. А.М. Воронова. – М.: ФГБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», 2015. – 349 с.
5. Воронов А.М. Налоговое администрирование: административно-правовой аспект // Вопросы экономики и право. – 2012. – № 52. – С. 22-26.
6. Гиниятуллин Ф.К. Современные проблемы и особенности определения сущности понятия «налоговое администрирование» в Российской Федерации // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. – 2010. – № 25 (201). – С. 79-84.
7. Гоголев А.М. Налоговое администрирование: проблемы правового регулирования // Пятый Пермский конгресс ученых-юристов (г. Пермь, 24–25 октября 2014 г.): избранные материалы / Отв. ред. В.Г. Голубцов, О.А. Кузнецова. – М.: Статут, 2015 – С. 75-82.
8. Дадашев А.З., Лобанов А.В. Налоговое администрирование в Российской Федерации. – М.: Кн. мир, 2015. – С. 4–5.
9. Кобзарь-Фролова М.Н. Теоретико-правовые и прикладные основы налоговой деликтологии: автореферат дис. ... докт. юрид. наук : 12.00.14. – Люберцы, 2010. – 53 с.
10. Кондакова А.С. Роль налогов в современной экономике // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 8. – С. 233-237.
11. Малявкина Л.И., Савина А.Г., Плахова Л.В., Лазаренко А.Л. Становление и развитие новой формы предпринимательства «самозанятые граждане» // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – № 3 (45). – С. 125-130.
12. Мерцалова А.А. Организация налогового учета доходов и представление информации в декларации по налогу на прибыль // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (15). – С. 26-34.
13. Минакова Е.И., Мосина Е.И., Думнова Н.А. Агрессивное налоговое планирование // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (40). – С. 117-121.
14. Мороз В.В. Сущность и основные формы налогового администрирования // Бизнес в законе. – 2012. – №5. – С.139–143.
15. Пантелеева Ю.Н. Направления развития налоговой системы на 2017-2018 гг. // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 6. – С. 197-202.
16. Перонко И.А., Красницкий В.А. Налоговое администрирование // Налоговый вестник. – 2000. – № 10. – С. 22.
17. Рогатенюк Э.В., Обухова М.А. Сущность и виды государственной налоговой политики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1 (19). – С. 81-92.
18. Савилов М.Г. Уклонение от уплаты налогов как неисполнение обязательственных правоотношений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1 (35). – С. 123-125.
19. Финансы России. 2018: стат. сб./ Росстат. – М., 2018. – 439 с.
20. Чекулина Т.А. Актуальные вопросы управления налоговой эффективностью организации // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 1. – С. 90-96.

УДК 341:347.73

Мандрик А.А.

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ ОБМЕН МЕЖДУ РОССИЕЙ И ЗАРУБЕЖНЫМИ СТРАНАМИ С ЦЕЛЬЮ СНИЖЕНИЯ РИСКОВ В СФЕРЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ОТМЫВАНИЮ ДЕНЕГ И ФИНАНСИРОВАНИЮ ТЕРРОРИЗМА**

*Мандрик Алина Александровна\**; ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский проспект, д. 49; e-mail: a.a.mandrik@mail.ru

*Статья посвящена международному сотрудничеству стран в сфере противодействия отмыванию доходов и финансированию терроризма. Существующие организации обеспечивают финансовую безопасность на интернациональном уровне путем информационного обмена. Определены пути совершенствования международной безопасности в финансовой сфере.*

*Ключевые слова: финансовая безопасность, международное сотрудничество, информационный обмен, отмывание денежных средств, финансирование терроризма.*

Mandrik A.A.

**INFORMATION EXCHANGE BETWEEN RUSSIA AND FOREIGN COUNTRIES TO DECREASE THE RISKS IN THE SPHERE COUNTERACTION OF MONEY-LAUNDERING AND TERRORISM FINANCING**

*Mandrik Alina Alexandrovna; Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: a.a.mandrik@mail.ru*

*The article is devoted to the international cooperation of the countries in the sphere of counteraction of laundering of incomes and terrorism financings. The existing organizations provide financial security at international level by information exchange. The perfection ways of international security in financial sphere are defined.*

*Keywords: financial security, international cooperation, information exchange, laundering of money resources, terrorism financing.*

В настоящее время легализация доходов приобрела трансграничный характер, а преступные доходы используются с целью финансирования международного терроризма. Борьба с отмыванием денежных средств, полученных от преступной деятельности, стала интернациональной, так как действия по легализации преступных доходов подвержены криминализации уже и на международном уровне. Государства не только создали национальные системы противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (ПОД/ФТ), но также активно вовлекаются в соответствующую международную систему в целях обеспечения международной финансовой безопасности.

Способы контроля в кредитных организациях как на уровне одной страны, так и на международной арене должны непрерывно развиваться. Это способствует детальному анализу поступающей информации, обеспечивает экономическую безопасность банка, а также содействует рациональному использованию его ресурсов и достижению стратегических целей.

По словам экспертов, уклонение от налогообложения и легализация преступных доходов является основным мотивом осуществления сомнительных операций. Прогрессирует

\* *Научный руководитель: Бекетнова Юлия Михайловна, к.т.н., доцент; e-mail: beketnova@mail.ru*

интерес у предпринимателей к офшорным зонам, так как таким образом можно сократить выплаты налогов. Совершенствуются и схемы отмывания денег в России, заключающиеся в выведении их за рубеж и при этом не нарушающие закон (рис. 1.)



Рисунок 1 – Схема отмывания денежных средств в России

Чтобы вывести денежные средства за границу, создаются две фиктивные компании – российская и зарубежная. По договоренности российская фирма отдает деньги зарубежной, а затем поступает обращение в третейский суд с целью мирного урегулирования несуществующего долга. Суд соглашается с позициями сторон и выписывает исполнительный лист, который отправляется в Федеральную службу судебных приставов, откуда идут требования в банки, чтобы перевести «задолженность» с российского счета на иностранный.

Так как требования о переводе предъявляются приставами, данная схема является практически неуязвимой – банки не могут отказать в исполнении поручения. По оценкам Центрального банка России, за 2016 год таким образом из России было выведено около 16 миллиардов рублей, а третейские суды приняли подобных решений на 37 миллиардов рублей [2].

В соответствии с международными договорами органы государственной власти Российской Федерации содействуют с иностранными государствами на стадиях сбора информации, расследования, судебного разбирательства и исполнения судебных решений в целях ПОД/ФТ.

На пленарном заседании в феврале 2017 года на площадке Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ) между Россией и БРИКС был подписан первый документ в сфере ПОД/ФТ – Меморандум о взаимопонимании между сетевым Институтом в сфере противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма и Ассоциацией бизнес-школ стран БРИКС (ABBS). По результатам встречи Россия усилила взаимодействие с государствами блока.

Цель Ассоциации связана с желанием стран-участниц БРИКС внести свой вклад в развитие бизнес-образования по всему миру. С ростом значения Бразилии, России, Индии, Китая и Южной Африки как растущих экономик мирового масштаба эти страны формируют систему управленческого образования, характеризующуюся динамичным развитием и весомым глобальным потенциалом.

Сотрудничество в области ПОД/ФТ среди международных организаций непрерывно развивается, а информационный обмен в целях противодействия терроризму выходит на новый уровень. В деятельности каждой такой организации важное место занимает Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) – российское подразделение финансовой. В области многостороннего сотрудничества Росфинмониторинг осуществляет взаимодействие и ведет информационный обмен с компетентными органами некоторых государств и международных организаций. Важную роль при этом занимает Россия, которая участвует в мероприятиях, нацеленных на разработку и улучшение международных стандартов ПОД/ФТ [3].

Кроме существующей Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ), активно действуют и другие интернациональные организации (рис. 2).

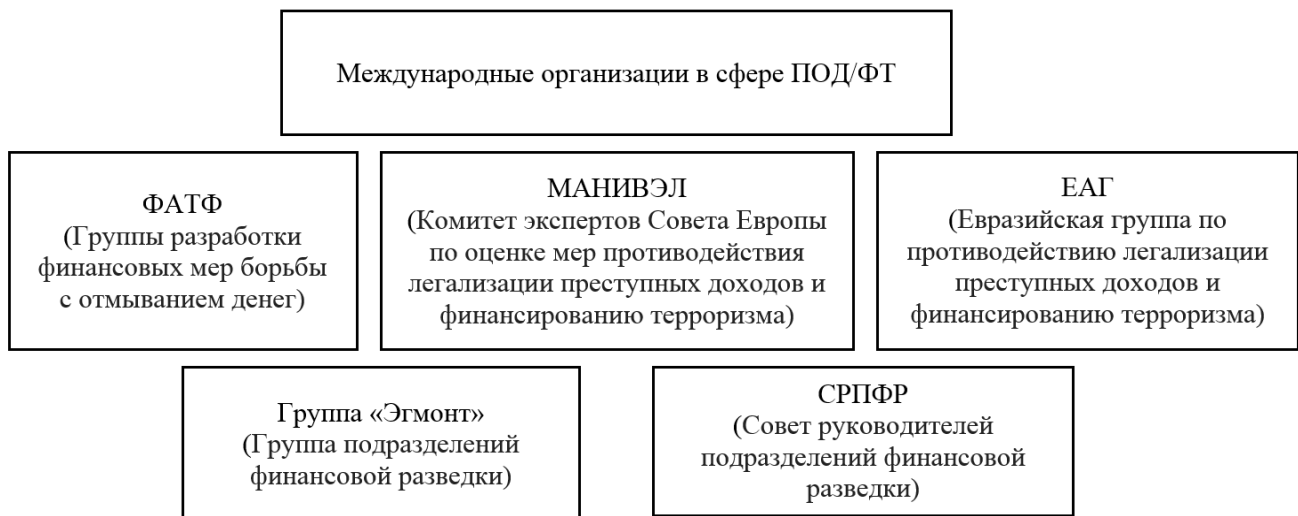


Рисунок 2 – Международные организации, осуществляющие информационный обмен в целях противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма

Так, цель Комитета экспертов Совета Европы по оценке мер противодействия отмыванию денежных средств и финансированию терроризма (МАНИБЭЛ) состоит в обеспечении своих государств-членов надежного и эффективного функционирования систем противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма. В его составе находятся страны Совета Европы, которые не входят в состав ФАТФ. Одна из основных форм работы Комитета – проведение взаимных оценок стран-участниц аналогично оценкам в рамках Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег [3]. В 2016 году был проведен пятый раунд взаимных оценок, в соответствии с которым было проверено, насколько реально и эффективно государства применяют существующие у них меры по борьбе с рисками отмывания денежных средств и финансирования терроризма.

Деятельность Евразийской группы по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма (ЕАГ) направлена на осуществление содействия государствам региона в создании надлежащих правовых и институциональных основ противодействия в сфере ПОД/ФТ, которые соответствуют стандартам ФАТФ, а также на снижение угрозы международного терроризма. В ее состав входят такие страны, как Казахстан, Китай, Россия, Беларусь, Кыргызстан, Узбекистан, Туркменистан и Таджикистан. Основные задачи заключаются в координации программ международного сотрудничества, анализе типологий в сфере легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма и другие [8].

Росфинмониторинг является членом Группы подразделений финансовой разведки «Эгмонт», которая объединяет 151 юрисдикцию и предоставляет своим членам возможность информационного обмена по специальному защищенному каналу связи. В данной группе действуют комитеты по правовым и оперативным вопросам, по привлечению новых членов, информационным технологиям и обучению. Членство в этой организации подтвердило соответствие российской финансовой разведки международным стандартам, что предоставило дополнительные возможности взаимодействия в сфере ПОД/ФТ.

Совет руководителей подразделений финансовой разведки государств-участников Содружества Независимых Государств (СРПФР) организует взаимодействие подразделений финансовой разведки и других заинтересованных органов государств-участников СНГ в области ПОД/ФТ, также разрабатывает предложения по совершенствованию правовой базы данного сотрудничества и принимает совместные эффективные меры. В рамках совета

функционируют две группы. Первая группа оценивает риски и угрозы в сфере противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма, вторая – разрабатывает процедуры по управлению рисками с целью их ограничения (снижения). Членами совета являются Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Россия, Республика Таджикистан и Украина [4].

Каждый год Росфинмониторинг осуществляет информационный обмен, в ходе которого он получает и обрабатывает около 2000 запросов от иностранных коллег и столько же направляется Росфинмониторингом в зарубежные подразделения финансовой разведки. Зачастую итогом информационного обмена в целях ПОД/ФТ становятся совместные финансовые расследования, которые проводятся не только с участием подразделения финансовой разведки, но и с другими компетентными органами заинтересованных государств.

12 мая 2016 года Россия в рамках форума ОСЭР (Организация экономического сотрудничества и развития) подписала международное соглашение об автоматическом обмене финансовой информацией, которое вступило в силу в 2018 году. Данное соглашение позволяет федеральной налоговой службе получать данные о финансовых счетах налогоплательщиков более чем восьмидесяти юрисдикций, в том числе и офшорных. Данная мера приведет к сокращению теневой экономики и противодействию незаконного вывода прибыли из России, также сократятся случаи в сфере налогового мошенничества. Раньше Россия получала информацию от зарубежных налоговых служб только по запросу, который должен был быть основан на уже существующих подозрениях. Теперь восемьдесят государств готовы предоставлять российским налоговикам сведения, которые ранее считались банковской тайной.

Информация о вложениях в ценные бумаги, о банковских вкладах и счетах и др. будет подлежать информационному обмену. Также будут передаваться имена и адреса владельцев счетов, номера счетов, индивидуальный номер налогоплательщика и любая другая финансовая информация.

Налоговые службы стран, которые подписали соглашение, будут ежегодно в автоматическом режиме осуществлять обмен информацией. Единый стандарт обмена информацией (Common Reporting Standard) подразумевает, что финансово-кредитные организации предоставляют информацию о банковских счетах резидентов налоговому органу своей страны, а налоговые органы на двусторонней основе осуществляют обмен этой информацией.

Страховые компании, иностранные банки, брокеры, для которых начало действовать соглашение с Россией, впервые предоставят в Федеральную Налоговую Службу информацию о финансовых счетах российских физических лиц – налоговых резидентов, а также компаний без образования юридического лица, бенефициарами которых являются россияне. Такая же процедура обязательна для выполнения российскими банками и другими финансовыми организациями. Через Федеральную налоговую службу они будут обязаны передавать информацию о налоговом резидентстве клиентов зарубежным сотрудникам налоговых служб. Таким образом будет обеспечиваться международная финансовая безопасность.

Обмен информацией является необходимым условием для международного сотрудничества в сфере борьбы с финансовыми преступлениями. Чтобы улучшить международное сотрудничество в сфере противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма необходимо расширять информационно-технологические возможности по сбору, обработке, хранению и передаче необходимой информации на международном уровне. К примеру, представляется возможным создание единой базы данных в сфере противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма, в которой должны быть вовлечены все регистрирующие органы стран.

Здесь же страны должны заключать межгосударственные соглашения об информационном обмене в сфере ПОД/ФТ о собственниках организаций, находящихся в юрисдикции других государств, в том числе в офшорных юрисдикциях. Дополнительно необходимо эффективно взаимодействовать подразделениям финансовой разведки, правоохранитель-

ным органам и специальным службам иностранных государств и международных организаций [5].

Введение межведомственных информационных центров с целью централизации процессов по сбору и анализу операционной и стратегической информации для различных ведомств поспособствуют обеспечению финансовой безопасности. Они могут быть сфокусированы как на отдельной географической области или типе преступной деятельности, так и играть более широкую роль в обмене информацией. Данные центры основываются на проведении анализа по результатам первичного исследования, а также информации, полученной от других ведомств. Иногда эти центры могут иметь доступ к данным через правовые интерфейсы, существующие для участвующих ведомств, в то время как в других случаях они будут обладать особыми полномочиями по сбору информации. За счет централизации данной деятельности должностные лица центра будут получать опыт по отдельным правовым и практическим вопросам, а также могут быть разработаны специализированные системы, которые смогут повысить их эффективность.

Осуществляя информационный обмен в сфере противодействия отмыванию доходов и финансированию терроризма, можно добиться снижения издержек, поскольку затраты на сбор, обработку и анализ данных могут распределяться между участвующими ведомствами. Такие страны, как Австралия, Финляндия, Индия, Голландия, Швеция и США, уже используют данную стратегию.

Список источников:

1. Федеральный закон от 07.08.2001 №115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (ред. от 30.03.2015).
2. Письмо Банка России от 06.04.2005 №56-Т «О методических рекомендациях по проведению проверок соблюдения кредитными организациями требований законодательства Российской Федерации и нормативных актов Банка России в области противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма».
3. Международное и зарубежное финансовое регулирование: институты, сделки, инфраструктура: монография: в 2 ч. / под ред. А.В. Шамраева. – М.: КНОРУС: ЦИПСИР, 2014. – Ч. 2. – 640 с.
4. Финансовый мониторинг: управление рисками отмывания денег в банках / П.В. Ревенков, А.Б. Дудка, А.Н. Воронин и др. – М.: ЦИПСИР, 2012. – 280 с.
5. Золотарев Е.В. Совершенствование системы противодействия легализации преступных доходов и механизмов контроля в кредитных организациях: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2014. – 188 с.
6. Прошунин М.М. Правовое регулирование финансового мониторинга (российский и зарубежный опыт): монография. – М.: Российская академия правосудия, 2010. – 345 с.
7. Крутикова Д.И. Правовой режим информации ограниченного доступа в банковской деятельности в условиях противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма // Инновации и Инвестиции. – 2014. – №10. – С. 253-256.
8. Многостороннее взаимодействие [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы по финансовому мониторингу. – URL: <http://www.fedsfm.ru/activity/multilateral-cooperation>.

УДК 336.13:336.221

**Меметова Э.Ф.**

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ**

*Меметова Эсма Фемиевна\**; Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, д. 21/4; e-mail: esme.o.night@gmail.com

*В статье рассмотрены теоретические основы бюджетно-налоговой политики: дано ее определение, выделены основные компоненты, цели и задачи, изучены базовые принципы и основные макроэкономические показатели, используемые для оценки ее результативности. Проведена сравнительная характеристика двух типов бюджетно-налоговой политики (стимулирующей и ограничительной), выделены их преимущества и недостатки, определены факторы, указывающие на результативность осуществляемой бюджетно-налоговой политики.*

*Ключевые слова:* бюджетно-налоговая политика, принципы, цели, инструменты, результативность бюджетно-налоговой политики, стимулирующая и ограничительная бюджетно-налоговая политика.

**Memetova E.F.**

## **THE ORETICAL BASES OF BUDGETARY-FISCAL POLICY**

*Memetova Esma Femiyeвна*; Institute of Economics and Management of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 21/4 Sevastopolskaya Street, Simferopol, Republic of Crimea 295015, Russian Federation; e-mail: esme.o.night@gmail.com

*In the article theoretical bases of budgetary-fiscal policy are considered. The definition is given and the basic components, purposes and problems are singled out. Basic principles and macroeconomic indicators for estimation of its productivity are studied. Two types of budgetary-fiscal policy (stimulating and restrictive) are compared and their advantages and disadvantages are presented. Factors specifying productivity of budgetary-fiscal policy are defined.*

*Keywords:* budgetary-fiscal policy, principles, purposes, tools, productivity of budgetary-fiscal policy, stimulating and restrictive budgetary-fiscal policy.

Бюджетно-налоговая политика (БНП) – важное направление финансовой политики государства; фактор, определяющий направленность развития экономики страны; инструмент, посредством которого осуществляется регулирование доходов и расходов на всех уровнях социально-экономической системы. Реализуя БНП, правительства всех стран стремятся обеспечить ее конструктивный характер. Двигаясь в направлении отсекаания необоснованных государственных расходов, обеспечить минимизацию налоговой нагрузки на экономических субъектов, тем самым создавая наиболее благоприятные условия для развития бизнеса, но в тоже время не лишит трансфертных выплат тех, кто в них действительно нуждается.

Эффективность БНП во многом зависит от теоретического обоснования ее направленности и инструментального обеспечения. Рассмотрим сущность, цели и задачи БНП, базовые принципы, инструменты и показатели, используемые для оценки ее результативности.

Теоретические основы БНП заложены в работе британского экономиста Дж. М. Кейнса, по мнению которого увеличение или уменьшение уровней доходов (налогов) и расходов влияет на инфляцию, занятость и поток денег через экономическую систему.

Цели и задачи БНП синтезируют в себе цели налоговой и бюджетной политики. В развивающейся экономике (а таковой является экономика современной России) целями БНП

---

\* *Научный руководитель: Розатенюк Элана Владимировна, к.э.н., доцент; e-mail: elana2005@mail.ru*

являются: полная занятость; стабильный уровень цен; ускорение темпов экономического развития; оптимальное распределение ресурсов; справедливое распределение доходов и богатства; экономическая стабильность; поощрение инвестиций.

Первая и главная цель БНП – «достижение и поддержание полной занятости в экономике – предполагает, что для снижения безработицы и повышения занятости государство должно тратить достаточно бюджетных средств (государственных инвестиций / бюджетных ассигнований) на социальные расходы» [2]. Эти расходы помогут создать больше возможностей для занятости и повысить производительную эффективность экономики. Правильно спланированные инвестиции не только увеличат доходы, производство и занятость, но и повысят эффективный спрос через процесс мультипликатора, и экономика автоматически перейдет к полной занятости.

Помимо государственных инвестиций, частные инвестиции могут также поощряться посредством таких инструментов, как налоговые каникулы, льготы, дешевые займы, субсидии и т.д. В сельских районах могут предприниматься попытки стимулировать развитие отечественных отраслей промышленности путем предоставления им возможностей для профессиональной подготовки, дешевого финансирования, оборудования и канала сбыта. Расходы на все эти меры будут способствовать искоренению безработицы и неполной занятости.

В развивающейся стране экономическая нестабильность проявляется в форме инфляции, в связи с чем наблюдается тенденция к росту цен на фоне растущих государственных расходов. В результате роста доходов совокупный спрос превышает совокупное предложение. Капитальные товары и потребительские товары не успевают за ростом доходов. Таким образом, это приводит к инфляционному разрыву. Если эта ситуация не будет эффективно контролироваться, она может перерасти в гиперинфляцию.

«В развивающейся экономике БНП, прежде всего, должна быть направлена на достижение ускоренных темпов экономического роста. Но высокие темпы экономического роста не могут быть достигнуты и поддержаны без стабильности в экономике» [5]. Поэтому такие фискальные инструменты, как налогообложение, государственное заимствование, финансирование дефицита и т.д., следует использовать необходимым образом. Они должны способствовать развитию экономики в целом, что, в свою очередь, способствует повышению национального дохода и дохода на душу населения.

Фискальные меры в сфере налогообложения и государственных расходов могут в значительной степени повлиять на распределение ресурсов в различных секторах экономики. Национальный доход и доход на душу населения в слаборазвитых странах очень низки, поэтому правительство может подтолкнуть рост социальной инфраструктуры с помощью фискальных мер. Государственные расходы, субсидии и дотации могут благоприятно влиять на распределение ресурсов в желаемых сферах.

Налоговые льготы могут помочь в привлечении ресурсов в благоприятные отрасли. Высокие налоги, напротив, способствуют изъятию ресурсов в конкретном секторе.

Нет необходимости подчеркивать значение справедливого распределения доходов и богатства в развивающейся экономике. Как правило, неравенство в богатстве сохраняется в таких странах, поскольку на ранних стадиях роста оно концентрируется в некоторых слоях населения. Неравенство порождает политическое и социальное недовольство, которое негативно влияет на экономическую стабильность. Для этого должна быть разработана подходящая налогово-бюджетная политика правительства, направленная на сокращение разрыва между доходами различных слоев общества.

В целях сокращения неравенства и «обеспечения справедливого распределения государственных средств правительство должно инвестировать в те производственные каналы, которые приносят пользу группам населения с низким уровнем доходов и способствуют повышению их производительности» [6].

Политика перераспределения налогов должна быть в высшей степени прогрессивной и быть направлена на введение интенсивного налогообложения для более богатых слоев

населения. Аналогичным образом предметы роскоши, которые потребляются вышеупомянутыми слоями, могут облагаться большим налогообложением.

БНП направлена на ускорение темпов инвестиций в государственном и в частном секторах экономики. Однако в первую очередь она призвана стимулировать инвестиции в государственный сектор, что должно опосредованно привести к увеличению объема инвестиций в частный сектор. Иными словами, фискальная политика должна быть направлена на быстрое экономическое развитие и стимулирование инвестиций в те каналы, которые считаются наиболее желательными с точки зрения общества.

Таким образом, БНП может оказывать как благотворное, так и отрицательное (тормозящее развитие) влияние на экономику страны. Эффективность БНП во многом зависит от соблюдения базовых принципов, лежащих в ее основе (рис. 1).



Источник: составлено автором на основе [7].

Рисунок 1 – Принципы бюджетно-налоговой политики

Эффективность экономики обычно определяется несколькими показателями, один из которых – валовой внутренний продукт (ВВП), который представляет собой стоимость товаров и услуг, произведенных государством в течение года. Другим показателем является совокупный спрос – сумма стоимостей товаров, работ и услуг, произведенных государством и приобретенных по определенной цене. Кривая совокупного спроса свидетельствует о том, что при более низком уровне цен спрос на большее количество товаров, работ и услуг возрастает, тогда как при более высоких ценах спрос меньше. БНП влияет на эти показатели с целью обеспечения стабильного роста ВВП и совокупного спроса. Это происходит путем изменения:

- налоговой политики предприятий – налоги, которые предприятия платят правительству, влияют на прибыль и объем инвестиций; снижение налогов увеличивает совокупный

спрос и расходы на инвестиции в бизнес;

- государственных расходов – совокупный спрос увеличивается за счет собственных государственных расходов;

- индивидуальных налогов – налоги с физических лиц, такие как налог на доход физических лиц, влияют на их личный доход и сумму, которую они могут потратить, вливая больше денег в экономику [1].

БНП, как правило, необходимо корректировать, когда в экономике иссякают возможности стимулирования совокупного спроса, а уровень безработицы высок.

Основными инструментами БНП являются налоги и расходы. Налоги влияют на экономику, определяя, сколько денег правительство должно потратить в определенных областях и сколько денег должны потратить люди. Например, если правительство пытается стимулировать расходы среди потребителей, оно может снизить налоги. Снижение налогов дает семьям дополнительные деньги, которые, как надеется правительство, будут, в свою очередь, потрачены на товары и услуги, что будет стимулировать экономику в целом [3, 4]. Расходы используются в качестве инструмента БНП для направления государственных денег в определенные сектора, нуждающиеся в экономическом подъеме. Кто бы ни получил эти деньги, у него будут дополнительные средства, и, как и в случае с налогами, правительство надеется, что деньги будут потрачены на другие товары и услуги. Смысл в том, чтобы найти правильный баланс и убедиться, что экономика является эффективной.

«Изменения в налогах и правительственных расходах могут происходить либо автоматически (без специальных законодательных решений) с помощью встроенных стабилизаторов, которые поддерживают экономическую стабильность на основе саморегуляции, либо в результате целенаправленных решений правительства (дискреционная политика)» [3, с. 74-75].

Для выбора правильного направления БНП необходимо учитывать фазу цикла, в которой находится экономика на данный момент. Исходя из того, в какой фазе цикла находится экономика, выделяют два основных типа БНП – стимулирующая и ограничительная. Результаты их сравнительной характеристики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика стимулирующей и ограничительной бюджетно-налоговой политики

Стимулирующая БНП	Ограничительная БНП
Определение	
Стимулирующая бюджетно-налоговая политика (фискальная экспансия) в краткосрочной перспективе имеет своей целью преодоление циклического спада экономики и предполагает увеличение государственных расходов, снижение налогов или комбинирование этих мер	Ограничительная бюджетно-налоговая политика – комплекс мер, проводимый для сокращения расходов государства, связанных с закупкой товаров или услуг, путем увеличения таможенных пошлин и налогов
Условия реализации (использования)	
когда фактический ВВП оказывается ниже потенциального, то есть экономика недозагружена	когда фактический ВВП превышает потенциальный, то есть экономика работает с перегрузкой
Цель	
стимулирование экономики	сдерживание инфляционного роста ВВП
Преимущества	
государство может стимулировать совокупный спрос не только увеличением своих расходов, но и сокращением налогов.	может начать предотвращать инфляцию, когда этот баланс нарушается, а спрос и цены падают
Недостатки	
уменьшение налогов, т.е. доходов бюджета, что ведет к росту дефицита государственного бюджета	сокращение государственных расходов на товары и услуги, или уменьшение государственных трансфертов, или увеличение налогов, или комбинация всех этих мер

Источник: составлено автором на основе изученной литературы.

Правильность реализуемой БНП оценивается по ее результатам. Результативность БНП чаще всего определяется состоянием государственного бюджета, так как осуществление данной политики сопровождается ростом или сокращением бюджетных дефицитов или излишков. Однако судить по этим показателям о действенности проводимой политики достаточно сложно. Это объясняется тем, что, с одной стороны, фактические бюджетные дефициты и излишки могут изменяться вследствие целенаправленного изменения государственных расходов и налогов, а, с другой стороны, на их размеры могут повлиять изменения объема национального продукта, доходов, что обусловлено существованием встроенной стабильности. Чтобы разделить эти причины и иметь возможность оценить правильность принимаемых мер, используют бюджет полной занятости. Он показывает, какими были бы дефицит или излишек государственного бюджета, если бы экономика функционировала в условиях полной занятости [4].

В заключение можно отметить, что БНП является действенным инструментом государственного регулирования рыночной экономики. Однако для нее характерны некоторые недостатки, снижающие ее эффективность. БНП «эффективна лишь в краткосрочном периоде. Возможно возникновение противоречий между направлениями изменений налогов и правительственных расходов, осуществляемых в целях достижения макроэкономической стабильности, и другими целями, стоящими перед обществом (оборона, экология, социальные проблемы)» [3, с. 75]. Поэтому при реализации БНП внимание следует акцентировать либо на маневрировании расходами (в большей степени бюджетная политика), либо на изменении налогов (в большей степени налоговая политика). Выбор инструментария БНП зависит от направленности экономической политики в целом и финансовой политики как ее неотъемлемой составляющей.

Список источников:

1. Бабич А.М., Павлов Л.Н. Финансы: учебник. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. – 760 с.
2. Балабанов А.И., Балабанов И.Т. Финансы. – СПб.: Питер, 2000. – 192 с.
3. Белова И.А. Типы бюджетно-налоговой политики // Вестник Челябинского государственного университет. – 2010. – №6 (187). – С. 73-75.
4. Быкова Н.Н. Основные аспекты бюджетно-налоговой политики государства // Молодой ученый. – 2016. – №28. – С. 372-375.
5. Каранина Е.В. Финансы: учебник для студентов, бакалавров, магистрантов экономических и управленческих направлений подготовки и специальностей всех форм обучения и для широкой аудитории. – Киров: ФГБОУ ВО «ВятГУ», 2015. – 230 с.
6. Кирюшкина А.Н. Влияние стабилизационной политики на дефицит государственного бюджета и государственный долг // Экономика и социум. – 2015. – №3-1 (16). – С. 818-823.
7. Рогатенюк Э.В. Финансовая политика государства: сущность, направления и виды // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2009. – №1 (2). – С. 40-44.

УДК 336.743:004.1

Сулейманова А.Ф.

**ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙНА И КРИПТОВАЛЮТЫ:  
ПЕРСПЕКТИВЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Сулейманова Алсу Фаритовна\**; ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский проспект, д. 49; e-mail: alsu.sule@mail.ru

*На сегодняшний день тема криптовалюты и блокчейна достаточно широко распространена, но не каждый в полном объеме понимает их сущность и перспективы. Это временный бум, который разлетелся по всему миру, или же существуют обширные горизонты развития криптовалюты и блокчейна в Российской Федерации? Что из себя вообще представляет блокчейн и зачем он нужен? Перспективна ли тема блокчейна и криптовалюты для нашей страны? Именно эти вопросы приобретают все большую актуальность каждый день.*

*Ключевые слова: криптовалюта, блокчейн, Российская Федерация, транзакции, платежный оборот, биткойн.*

Suleimanova A.F.

**BLOCKCHAIN AND CRYPTOCURRENCY TECHNOLOGIES:  
PROSPECTS IN THE RUSSIAN FEDERATION**

*Suleimanova Alsu Faritovna*; Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: alsu.sule@mail.ru

*For today the theme of cryptocurrency and blockchain is enough widespread, but not every person understands their essence, and prospects. It is a temporary boom which has scattered worldwide or there are extensive horizons of cryptocurrency and blockchain development in the Russian Federation. What is blockchain and what is it necessary for? Are cryptocurrency and blockchain perspective for our country? This questions are becoming more and more urgent.*

*Keywords: cryptocurrency, blockchain, the Russian Federation, transactions, payment turnover, bitcoin.*

Блокчейн – это инструмент для хранения данных или цифровой реестр транзакций, сделок и контрактов. Например, в блокчейне можно хранить данные о дорожных штрафах, выданных кредитах или свидетельство о браке. Дословный перевод с английского языка в точности отражает суть термина: «цепочка блоков». Впервые такое распределение данных применили на практике в 2009 году при создании первой в мире криптовалюты Bitcoin. Благодаря блокчейну все операции с биткоином происходят без посредников и в безопасном режиме, а именно от пользователя к пользователю. Это обеспечивает быстроту транзакций, при этом не нужно платить банкам и платежным системам за посреднические услуги. Многие банки и крупные организации постепенно начинают тестировать блокчейн для осуществления открытых операций и транзакций. Глобальная задача блокчейна – облегчить процессы торговли и обмена деньгами, которые сильно усложнились на протяжении истории.

Блокчейн работает на основе математических алгоритмов. Цифровые записи объединяются в блоки, которые криптографически связываются в хронологический ряд. Данные

\* *Научный руководитель: Шманев Сергей Владимирович, д.э.н., профессор; e-mail: shmanev\_s\_v@mail.ru*

действия реализуются колоссальным числом компьютеров, которые, в свою очередь, анализируют всю полученную информацию и сводят ее. Если же полученные данные сходятся, то каждому блоку присуждается индивидуальная подпись. Новые блоки добавляются в конец цепочки небольшим количеством участников, после их образования они уже не могут быть изменены, поэтому реестр нельзя подделать.

Главные преимущества блокчейна – это открытость и защищенность. Реестр не хранится в каком-то одном месте, которое можно было бы взломать и уничтожить данные о сделке. Если даже транзакция будет изменена, то в результате получится другая цифровая подпись, что сигнализирует о несоответствии данных системе. Технология блокчейн позволит не только ускорить денежные операции, но и улучшить другие сферы жизни. Нам больше не нужно будет тратить время на лишнюю документацию и официальные встречи, стоять в очередях за государственными сервисами. Кредитные мошенничества и аферы с ипотекой станут практически невозможны, если всё будет фиксироваться в блокчейн, а компании смогут избежать потерь денежных средств, потому что дыры бюджетов банков будут видны заранее.

Теперь хотелось бы немного рассказать о самой криптовалюте, какие функции она осуществляет и какими свойствами обладает. Например, криптовалюте присуще то, что заблокировать счёт или же вывести со счета криптовалюту недопустимо. Всегда есть возможность контролировать ту или иную операцию и ее подлинность. Существует также открытость кода, благодаря этой особенности каждый желающий может добывать виртуальные монеты. Криптовалюте присуща анонимность, которая, в отличие от классических электронных денег, не даст легко отследить, кто получатель и отправитель, извлечь информацию об обладателе криптовалютного счета недопустимо. Есть только номер счета и некоторая информация о количестве денежной суммы на кошельке. Реализовать различные махинации с валютой невозможно, ведь одним из преимуществ и является ее надежность, что не позволит взломать счет и т.д. Что касается комиссии, то она абсолютно свободная, это зависит от того, насколько нам нужно быстро провести операцию, перевести деньги на биткойн, например. Как правило, криптовалюта выпускается в ограниченном объеме, к примеру, эмиссия биткойна 21 миллион, что способствует привлечению дополнительных инвестиций, риски инфляции исключаются. Криптовалюта – автономная денежная единица, так как ее выпуск не регулируется и все действия на счетах тоже. Еще одно из самых положительных качеств, которое можно отметить, – отсутствие комиссии за осуществление перевода денежных средств между странами. Что касается функций криптовалюты, то стоит упомянуть о том, что она выступает как расчетная единица (единица стоимости) в блокчейне, служит стимулом для майнеров, и тут появляется вопрос: что представляет собой майнер?

Майнер – добывает полезные ископаемые, вот только добычей занимается не с киркой и лопатой, а сидя дома с мощной вычислительной системой, помогая процессу записи блока транзакций криптовалюты в блокчейн. Он является хранилищем стоимости, то есть мы можем хранить деньги в криптовалюте.

Криптовалюты не имеют эмитента. Сеть построена таким образом, чтобы увеличивать количество средств в логарифмической прогрессии, пока не будет достигнута цифра в 21 млн (эмиссия биткойна), у всех криптовалют разная эмиссия. Биткойны ничем не обеспечены, их стоимость зависит от количества затраченного на их генерацию электричества или вычислительной мощности

В настоящее время насчитывается более 2000 тысяч криптовалют, каждая из которых предназначена для определенной сферы. Приведем пример того, как криптовалюта Ripple может облегчить банковские переводы. Например, вы хотите совершить международный банковский перевод, в ряде случаев он занимает от 2 до 7 дней, комиссия 5-10%, при боль-

шом объеме вы теряете существенную сумму, также бывают разные ситуации, когда необходимо перевести срочно, но менее чем за два дня это не получится. Криптовалюта Ripple удобна тем, что с ее помощью банковский перевод происходит моментально, всего за несколько минут, и комиссия при этом всего около 0,1-0,3%, поэтому многие банки в мире внедряют блокчейн в свою систему, чтобы производить мгновенные и низкопроцентные переводы. В нашей стране уже был совершен банковский перевод через блокчейн. «Сбербанк» и «Альфа-банк» провели первую в России платежную транзакцию с помощью блокчейна – «Мегафон» перечислил 1 млн рублей со счета в «Альфа-банке» на счет дочерней компании «Мегалабс» в «Сбербанке». Также Сбербанк и ФАС запустили совместный блокчейн-проект по обмену документами на основе Blockchain. Проект пилотный, его цель – изучить возможности распределенного хранения документов, используя электронную подпись. К данной инициативе также подключились такие компании, как «Аэрофлот» и «Русский Уголь». Децентрализованное решение сокращает затраты – не требуются центры обработки данных, снижены требования по резервированию оборудования. Важно, что Россия – одна из первых стран в мире, где государство совместно с участниками рынка рассматривает эти инновации, чтобы упростить ведение бизнеса. Внешэкономбанк займется развитием в России инфраструктуры для проектов на основе технологии блокчейн. По мнению руководства ВЭБ, есть все возможности для начала работы: дешевая электроэнергия и квалифицированные специалисты. И если государственные компании все больше говорят о блокчейне, но во внедрение биткойнов в финансовую систему страны специалисты не верят. Однако в Москве уже появляются первые пункты обмена биткойна, где зарплату работники также получают в биткойнах. Передача криптовалют происходит на цифровой кошелек сотрудника через приложение, сразу после транзакций выдаются наличные.

Банки могут попасть в ловушку, потому что они в основном жалуются на низкие процентные ставки, жесткое регулирование, на несправедливое регулирование в сравнении с параллельным банковским сектором, а рядом уже в это время «подкрались» финансовые технологии, появился блокчейн. Данный инструмент может существенно изменить то, как мы видим финансовые расчеты и технологии, связанные с будущим. Многие финансовые аналитики глубоко убеждены в полной конвергенции между мобильным оператором и банком. Конечно, останутся отделения, но они будут играть малую роль в осуществлении операций. Если рассматривать ближайшее будущее, то очевидно, что технология блокчейн сделает банки ненужными, ведь она позволяет проводить операции без посредников. Отсюда возникает вопрос: готовы ли к такому банки и так называемые «белые воротнички». Ведь 40% банковских служащих просто потеряют работу. Председатель Центрального банка утверждает, что нужно менять концепцию регулирования, ведь Центробанк просто не успевает за развитием новых технологий. При внедрении технологии блокчейн необходимо ввести зоны контроля, которые будут регулировать безопасность системы, поскольку высок риск мошенничества, связанного с криптовалютами. По данным, полученным от экспертов, мошенники за прошедший год пытались вывести 7 млрд рублей со счетов как физических, так и юридических лиц, причем 2 млрд рублей получилось похитить. Именно в связи с этим нужно непременно установить зоны особого контроля и финансового мониторинга. Первой зоной контроля должна стать идентификация пользователей и майнеров. Биржи и обменные площадки попадают под вторую зону. Для реализации деятельности они должны получить у Центрального банка специальную лицензию. А третьей зоной контроля должно быть облачивание криптовалюты. Россия может принять закон о регулировании криптовалюты, данный закон уже обсуждается в Государственной Думе.

В заключение хотелось бы сказать, что, на наш взгляд, в Российской Федерации есть все предпосылки к использованию блокчейна и криптовалюты в платежном обороте, ведь

крупные банки уже тестировали рассматриваемую систему. Но нужно иметь в виду и риски данной технологии, которые могут возникнуть при реализации. В настоящее время для нашей страны пока эти технологии не совсем привычны и, как говорилось ранее, Центробанк не готов к такому шагу, но государство присматривается к ним для внедрения в практику.

### Список источников:

1. Куприянова Л.М. Технология блокчейна и криптовалюты // Современный юрист. – 2017. – №4 (21). – С. 71-81.
2. Нурмухаметов Р.К., Степанов П.Д., Новикова Т.Р. Технология блокчейн: сущность, виды, использование в российской практике // Деньги и кредит. – 2017. – №12. – С. 101-103.
3. Световцева Т.А., Мамий С.А., Бочкова Т.А. Роль криптовалюты в современной экономике // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2018. – Т. 8. – №2 (27). – С. 95-102.
4. Свон М. Блокчейн. Схема новой экономики. – М.: Олимп-Бизнес, 2017 – 340 с.
5. Уинкловоссы: через несколько лет капитализация криптовалют достигнет \$5 трлн [Электронный ресурс]. – URL: <https://forklog.com/uinklvossy-cherez-neskolko-let-kapitalizatsiya-kriptovalyut-dostignet-5-trln/>.
6. BitNovosti. Все о мире Bitcoin: новости, события, факты, курс, анализ [Электронный ресурс]. – URL: <https://bitnovosti.com/>.
7. Clark J. Bitcoin, blockchain, cryptocurrency, cryptology. – 2016. – 499 p.
8. Martin W. Black Market Cryptocurrencies: The rise of Bitcoin alternatives that offer true anonymity. – 2014. – 146 p.

**РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ**

УДК 338.483.1

**Кузнецова А.Н., Терехов Н.А., Покровский Н.В.****СТРУКТУРА РИСКОВ ТУРОПЕРАТОРОВ И ТУРАГЕНТОВ**

*Кузнецова Антонина Николаевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: kernantonina@gmail.com*

*Терехов Николай Андреевич; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: tir3426@yandex.ru*

*Покровский Николай Викторович; кандидат технических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: tir3426@yandex.ru*

*Актуальность данной темы обусловлена тем, что любая предпринимательская деятельность вынуждена развиваться при нестабильных экономических, политических и социальных отношениях. Каждая сфера деятельности, помимо общих рисков, имеет и риски, свойственные только ей. В статье проведен анализ отрасли туризма с целью выявления, изучения и предупреждения рисков, которые присущи как туристическим фирмам, так и их клиентам. Также будут рассмотрены и определены причины и обстоятельства появления рисков, специфика формирования эффективного механизма управления турбизнесом в условиях риска и неопределенности. Указаны способы, которыми можно воздействовать на риск и которые помогут предприятиям данной индустрии и туристам снизить до минимума все возможные риски и спрогнозировать их последствия.*

*Ключевые слова: туризм, туроператор, страхование туристов, страховой риск, страхование ответственности туроператоров, компенсационный фонд, фонд персональной ответственности туроператора.*

**Kuznetsova A.N., Terekhov N.A., Pokrovsky N.V.****STRUCTURE OF TOUR OPERATORS AND AGENTS' RISKS**

*Kuznetsova Antonina Nikolaevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kernantonina@gmail.com*

*Terekhov Nikolay Andreevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tir3426@yandex.ru*

*Pokrovsky Nikolay Viktorovich, Candidate of Engineering Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tir3426@yandex.ru*

*The urgency of the theme is stipulated by the fact that any entrepreneurial activity has to develop under unstable economic, political and social relations. Besides the general risks each field of activity also has the risks inherent only for a certain sphere. In the article the analysis of tourism is carried out in order to reveal, to study and to prevent the risks which are inherent both for tourists, and travel companies. The reasons and circumstances of the risks and the way, effective management mechanism of tourist industry under conditions of risk and uncertainty is formed, will be considered and defined. In the article the ways to influence risk which will help the enterprises of the industry and tourists to lower all possible risks to a minimum and to make the forecast of consequences of their realization are specified.*

*Key words: tourism, tour operator, insurance of tourists, insurance risk, insurance of tour operators responsibility, compensatory fund, fund of personal tour operator responsibility.*

Управление туристским риском является фактором, предопределяющим реализацию действий, которые целенаправленно воздействуют на риск. В своем общем понятии риск – это выражение неопределенности в событиях частной и хозяйственной жизни. Являясь одним из фундаментальных понятий, он присутствует во всех сферах нашей жизни.

Риск всегда связан с его носителем. То есть всегда есть объект, который терпит вред от того, что какой-либо риск всё-таки наступит. Носителем риска может являться человек или сообщество, которые объединены интересами общей деятельности [2].

Одним из главных рисков в сфере туризма можно назвать неустойчивость, порождаемую многими факторами. Например, геополитический фактор оказывает заметное влияние на развитие туризма в любом конкретном регионе. Бесспорно, что дестабилизации геополитических обстановок в туристском регионе ведут к снижению туристских потоков. Например, в последние годы из-за международного воздействия терроризма множество стран и регионов мира насильно оказались вовлечены в конфликты из-за активности различных по своей ориентации террористических организаций.

В сборниках зарубежных ученых говорится о том, что на сегодняшний день туризм нередко проявляется как высокорисковая отрасль, где риск, в свою очередь, оказывается по своим последствиям значительнее, чем в иных сферах бизнеса [3].

Риски туроператоров и турагентов – это такие риски предпринимательской деятельности, в большинстве случаев не отличающиеся от рисков любых других коммерческих организаций. Такие риски делятся на следующие группы: риски гражданской ответственности туроператора, где можно выделить риски гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации турпродукта; рыночные риски; производственные риски и риски, которые несут угрозу для жизни и здоровья руководителей туристической фирмы и ее персонала.

Среди рисков туроператоров самым главным в списке опасности стоит риск гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств перед туристами по договору о реализации турпродукта. Суть рисков ситуации в этой отрасли состоит в том, что сумма ущерба, подлежащая возмещению по требованию туриста, может достичь огромного размера. Для того чтобы гарантировать ответственность туроператора перед клиентом, существует такое правило, как требование обязательного наличия финансового обеспечения деятельности туроператора в установленных законом размерах, которое является для фирмы условием её допуска на рынок. Формами этого обеспечения являются договор страхования гражданской ответственности туроператора и банковская гарантия.

Рыночные риски также включают изменение рыночной конъюнктуры под влиянием скачков спроса и предложения на рынке туристических услуг. Такие факторы влияют на объем и структуру спроса туристических продуктов и на другие условия предложения услуг, которые входят в турпакет.

Для туроператоров, которые работают в сфере международного туризма, важным элементом рыночного риска выступает валютный риск и риски трансферта и конвертируемости. Риск трансферта опасен тем, что государство может приостановить перевод платежей в иностранных валютах за рубеж из-за недостатка валюты в государстве. Риск конвертируемости случается, когда приостанавливается свободный обмен отечественной валюты на зарубежную.

Специфический интерес для туроператоров имеют финансовые риски. Это такие риски убытков от предпринимательской деятельности, которые выражаются в том, что фирма недополучила ожидаемые доходы, но при этом возникли незапланированные расходы, которые были вызваны форс-мажорными обстоятельствами. Эти убытки можно получить, нарушив обязательства.

К категории личных рисков относятся такие риски, которые угрожают жизни и здоровью персонала турагентства, от благополучия которого зависит существование бизнеса. Что-

бы создать условия эффективной работы фирмы, турагентства используют добровольное медицинское страхование, которое позволяет значительно повысить уровень медицинского обслуживания. Оно, в свою очередь, довольно часто является частью социального пакета для персонала турфирм [4].

Существуют характерные особенности рисков в туристической сфере:

- туристские риски могут принести ущерб как туроператорам и турагентам организаторов туристической поездки, так и другим предприятиям и организациям;
- для уровня туристского риска нужно применять жесткие требования, потому что в некоторых случаях он включает в себя риск смерти и нанесения вреда здоровью туристов;
- туристский риск образуют и финансово-экономические источники опасности, которые связаны конкретно с деятельностью предприятия, и природные источники, которые не зависят от людей и организаторов туристических поездок [1].

Федеральное агентство по туризму Российской Федерации (Ростуризм) раскрыло причину, по которой происходит банкротство туроператоров.

Глава Ростуризма утверждает, что банкротство российских туроператоров за минувшее лето произошло по большому счету из-за неправильной оценки потенциала рынка. По его словам, большое число туроператоров рассчитывало на то, что динамика роста выездного туризма будет схожа с показателем 2017 года. Соответственно, турфирмы составляли свои программы, основываясь на этом убеждении, но, к своему сожалению, просчитались. Полагается, что банкротства ряда туристических фирм произошли именно потому, что они неправильно оценили потенциал рынка.

Само по себе банкротство можно признать только по решению суда и никак иначе. Дело о признании агентства банкротом ведется, опираясь на специальный закон о несостоятельности, сопровождающийся также огромным числом других актов. Такое дело невозможно быстро рассмотреть, так как существует определенный порядок судопроизводства.

Иногда фирма не имеет возможности рассчитаться по взятым на себя обязательствам, вследствие чего обнаруживаются первые предпосылки к тому, чтобы признать ее банкротом. Даже несмотря на то, что нет решения суда о банкротстве этой компании, клиент может насторожиться, если узнает в новостях, что у этого туроператора появились проблемы с финансами.

О том, что же станет причиной банкротства туроператора, можно только предполагать. Главная проблема всех агентств – необходимость привлечения к себе как можно большей части целевой аудитории. И поэтому они идут на неоправданное занижение стоимости путевок даже в ущерб собственному доходу.

Еще одна распространенная причина банкротства турфирм – это форс-мажоры. Например, революция в Египте, неблагоприятная обстановка на Ближнем Востоке и т.д.

Банкротство туроператоров в 2018 году затронуло около 130 тыс. человек в РФ. И клиенты даже крупных турфирм остались с испорченным отпуском. Из-за проблем, которые возникли с обратными билетами и гостиницами, агентствам пришлось вывезти почти 56 тыс. человек.

Суммы финансовых гарантий туристических агентств не позволяют возместить ущерб всем пострадавшим гражданам. Более того, для тех агентств, у которых в договоре была указана в качестве страховой компании «Восхождение», возмещение ущерба клиентам вообще не было возможным ввиду отзыва лицензии у данного страхового агентства.

За лето 2018 года сразу несколько туроператоров прекратило свою деятельность. Именно в связи с тем, что нет возможности исполнить свои обязательства перед клиентами и банком, заявил о прекращении работы туроператор DSBW-Tours. После него прекратили свою деятельность операторы, которые работали под брендом «Натали Турс». А в сентябре – турфирма «Данко».

С 2017 года в России заметно уменьшилось число турагентств. Например, в Москве с 2014 года о завершении своей туристической деятельности заявило около 21% компаний. При этом мнения экспертов в области туристических услуг по этому поводу значительно расходятся. Но в одном они всё же оказались солидарны: главной причиной прекращения своей деятельности у турагентств является не кризис, а уменьшение агентской комиссии.

Самое большое количество туристических офисов закрылось в следующих городах: Омск (30%), Красноярск (29%) и Ростов-на-Дону (26%). Но, несмотря на спад числа турагентств, практически по всей России остались города, которые нарушили статистику и показали хоть и незначительный, но рост офисов: Санкт-Петербург (+2,6%), Казань (+2,8%), Екатеринбург (3,9%) и Воронеж (7,3%).

Таким образом, туризм – это такая сфера, в которой риски всегда остаются высокими как и для туристов, так и для турагентств. Для клиентов – это риски, связанные со здоровьем и угрозой для жизни в ситуациях с непривычным образом существования и климатом, при переездах и перелетах. А туристические фирмы постоянно рискуют довольно быстро стать банкротами вследствие повышения цен на услуги и нехватки оборотных средств. Время от времени рынок потрясается скандалами, связанными с неисполнением туристическими агентствами своих обязательств перед клиентами, а туристы из-за этого имеют огромные финансовые потери. И даже страховые компании не всегда являются надежным гарантом для туристических операторов. Риски практически для любого участника туристической сферы в какой-то степени являются индивидуальными.

#### Список источников:

1. Овчаров А.А. Развитие международного туризма: факторы риска. – М.: Статут. – 2017. – С. 42.
2. Поддобошникова Е.М. Управление рисками в туризме // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 55. – С. 243-248.
3. Зобова Е.В., Яковлева Л.А., Костенкова Ю.Ю. Специфика рисков в туризме в Российской Федерации // Социально-экономические явления и процессы. – 2017. – Т.12. – №5. – С. 62-69.
4. Риски туроператоров. Банкротство. Статистика последних лет [Электронный ресурс]. – URL: <http://calculator-ipoteki.ru/bankrotstvo-turoperatorov>.
5. Майер О.А. Проблемы кадрового обеспечения туристического кластера Республики Алтай // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1 (19). – С. 77-80.
6. Семенова Е.Е., Степанова М.А., Лебедева О.А. Перспективы развития туристского бизнеса в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 3 (41). – С. 107-111.
7. Шманев С.В., Фаттахов Р.В., Строев П.В. Меры по повышению привлекательности российских городов для туристов и модель прогнозирования интенсивности туристских потоков // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – № 3 (45). – С. 93-98.
8. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А., Шмаркова Л.И. Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (40). – С. 75-78.

УДК 338.47:656.7

**Понарина Д.И., Куликова А.О., Покровский Н.В.****АНАЛИЗ ЗАДЕРЖЕК АВИАРЕЙСОВ**

*Понарина Дарья Игоревна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: dasha.ponarina2012-2013@yandex.ru*

*Куликова Анастасия Олеговна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: anastasiamiller2198@gmail.com*

*Покровский Николай Викторович, кандидат технических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: tir3426@yandex.ru*

*Для осуществления контроля за работой системы управления воздушным движением гражданская авиация РФ собирает данные о задержках рейсов через свою отслеживающую оперативную сеть. Персонал гражданской авиации ведет учет самолетов, которые задерживаются на 15 минут или более по сравнению с запланированным временем полета, после того, как они попали под управление воздушного движения гражданской авиации (например, как только пилот запросил разрешение на вылет). Задержки фиксируются по времени прибытия, вылета и промежуточных операций. Задержки, связанные с деятельностью авиакомпаний, а именно: обслуживание воздушных судов, посадка пассажиров, не регистрируются, поскольку они не являются показателем эффективности управления воздушным движением. Также не подлежат регистрации в отслеживающей оперативной сети отмененные рейсы.*

*Ключевые слова: авиарейсы, гражданская авиация, самолеты, задержки рейсов, аэропорты, воздушный транспорт, воздушное движение.*

**Ponarina D.I., Kulikova A.O., Pokrovsky N.V.****THE ANALYSIS OF FLIGHTS DELAY**

*Ponarina Daria Igorevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: asha.ponarina2012-2013@yandex.ru*

*Kulikova Anastasia Olegovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: anastasiamiller2198@gmail.com*

*Pokrovsky Nikolay Viktorovich, Candidate of Engineering Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tir3426@yandex.ru*

*To manage the work of air traffic control, the civil aircraft of the Russian Federation collects the data about the flights delays with the tracing operative network. The personnel of civil aircraft registers the planes which are 15 or more minutes late in comparison with the timetable after they are under the air traffic control (for example as soon as the pilot has asked the permission to take off). Delays are registered according to the arrival time, taking off time and intermediate operations. The delays of one's own airline connected with such operations as aircraft service and passengers boarding, are not registered as they are not an indicator of management efficiency of air traffic control. Besides, cancelled flights are not registered in the tracing operative network.*

*Keywords: flights, civil aircraft, planes, flights delays, airports, air transport, air traffic.*

Используя данные оперативной сети отслеживания данных, гражданская авиация определяет аэропорт, характеризующийся значительными задержками, когда 3% или более рейсов в системе управления воздушным движением задерживаются по прибытии или к вылету, по крайней мере, на 15 минут. Из 15 самых загруженных аэропортов России (с точки зрения пассажирских перевозок) в 2017 году 8 превысили этот порог (в некоторых случаях с большим отрывом), что составляет две трети всех зарегистрированных в отслеживающей системе задержек в этих 15 аэропортах (рис. 1). В 2016 году восемь аэропортов обслуживали почти четверть общего числа российских пассажирских авиалайнеров. Тем не менее, по данным гражданской авиации, большинство крупнейших аэропортов страны не пострадало от периодических задержек, связанных с управлением воздушным движением.

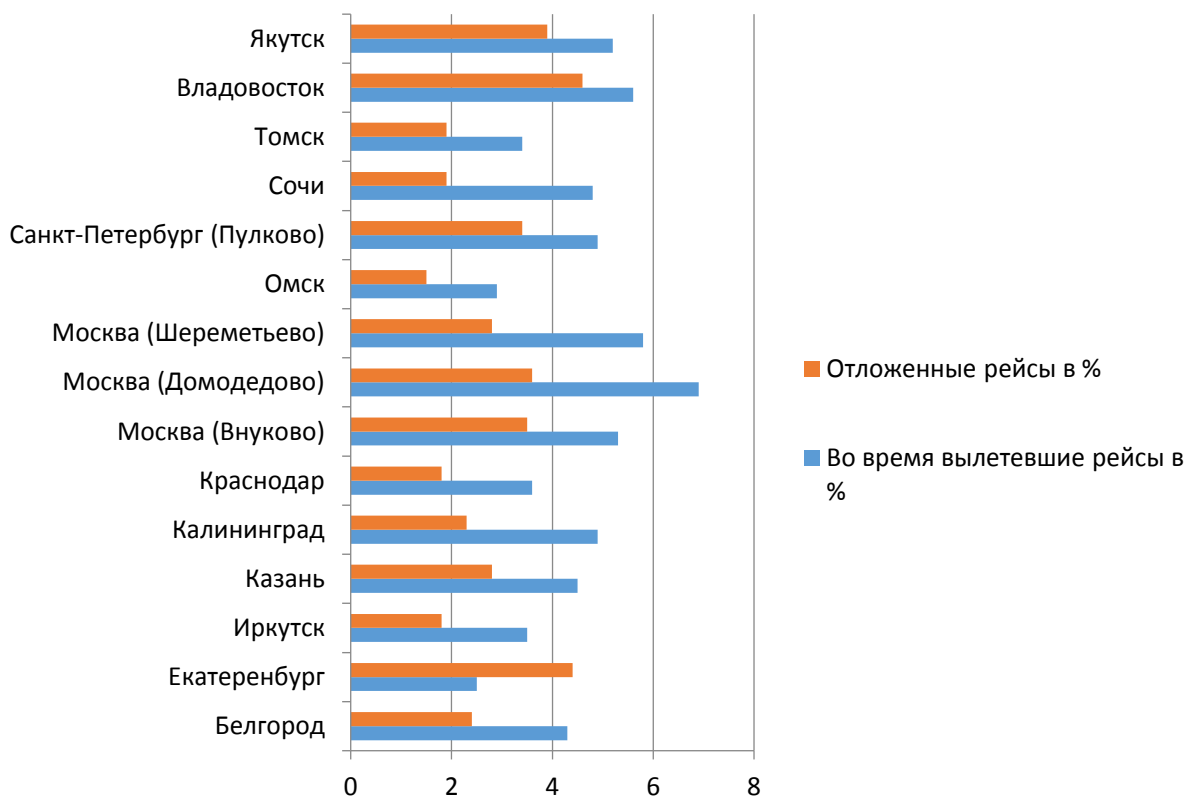


Рисунок 1 – Список аэропортов с отслеживанием рейсов

Гражданская авиация России регистрирует задержки с помощью операционной системы отслеживания, вызванные одним из пяти факторов: погода, проблемы с управлением воздушным движением или оборудованием аэропорта, закрытые взлетно-посадочные полосы или рулежные дорожки, высокие объемы полетов в районе терминала или региональном центре управления движением и другие [6]. Например, когда в ненастную погоду требуются изменения в процедурах управления воздушным движением.

Большие объемы перевозок могут составить незначительную проблему, если таковая имеется, которые распространяются по всей системе, влияя на полеты в местах без суровых погодных условий. Фактически погода является основным источником задержек рейсов, связанных с управлением воздушным движением, что приводит к более двум третям задержек вылета и в пути в 2016 и 2017 годах [11].

Следующая наиболее распространенная причина – большой объем трафика – является основным источником задержек в 12% задержанных рейсов. Поскольку данные системы отслеживания не включают в себя опоздания на полеты (или отмену рейсов), вызванные задержками в заправке, посадке пассажиров, погрузке багажа, обслуживании или другой деятельности, связанной с авиакомпаниями, данные не полностью отражают опыт путешествен-

ников [9, 12]. Чтобы получить более полную картину задержек в крупнейших аэропортах страны, некоторые компании сравнивают фактическое время вылета и прибытия с временем, опубликованным в расписании авиакомпаний. Рейсы, как сообщается, задерживаются, когда они в течение 15 минут от запланированного времени вылета не прибывают к месту посадки пассажиров, хотя авиакомпании увеличили время между прибытиями и вылетами («время блокировки») в своих опубликованных расписаниях, чтобы лучше отразить фактический опыт того, как аэропорты различаются по частоте задержки. В то время как данные оперативной системы отслеживания гражданской авиации в РФ указывают на то, что задержки влияют на 1-10% операций в большинстве крупных аэропортов. Информация о времени работы, собранная статистическими компаниями для исследования, указывает на то, что задержки влияют на 15-30% рейсов. Это свидетельствует о том, что из-за недостатков в области управления воздушным движением и пропускной способности случается лишь часть задержек во времени. А другие факторы, включая операции авиакомпаний, выступают важными причинами задержек рейсов. Таким образом, улучшение инфраструктуры аэропорта и эффективности управления воздушным движением может уменьшить задержки, но не влияет на все или даже большинство задержек рейсов [3].

Использование специальных НАВ-систем влияет на частоту и тяжесть задержек [2, 10]. Хотя эти системы доказали свою высокую эффективность в настройке сетей воздушных перевозок, они способствуют штаммам, размещенным в национальном воздушном пространстве, особенно в некоторых крупных аэропортах, которые служат в качестве пунктов передачи для большей части трафика в системе. Крупнейшие пересадочные узлы обрабатывают более 2500 отправок и посадок и более 75000 пассажиров в день. Действительно, каждый день около 30% всех людей, летающих на внутренних авиалиниях, прибудут или отправятся на рейс в один из четырех аэропортов: Москва (Внуково), Москва (Домодедово), Санкт-Петербург (Пулково) или Сочи. Около 150 000 путешественников начинают или заканчивают свои поездки в одном из этих аэропортов каждый день (что составляет 13% от всех пассажирских поездок) и еще 210 000 проходят через них по пути в другие направления.

Возникновение этих кластерных трансфертов, известных как соединяющие банки, создает неравномерное распределение спроса по аэропортам. Рейсы прибывают и отправляются волнами, которые могут превышать взлетно-посадочную полосу, рулежную дорожку, ворота и пропускную способность управления воздушным движением, особенно если в сочетании с ненастной погодой или другими условиями, которые ограничивают пропускную способность.

Также проблемой является увеличение пассажиропотока, который повышает вероятность увеличения спроса на скудные площади взлетно-посадочной полосы в крупных аэропортах и на управление воздушным движением, что может усугубить перегруженность и задержку системы. Вместе с тем важно признать, что ухудшение ситуации с загруженностью воздушных судов из-за роста объема перевозок вызывает озабоченность на протяжении десятилетий и что авиационная система в целом не реагирует на кризисы. В России серьезные перегрузки наблюдаются не только в аэропортах Москвы (Домодедово, Шереметьево), но и в Калининграде, во Владивостоке и в Санкт-Петербурге. К примеру, в США в связи с проблемой перегруженности ввели ограничения в аэропортах Кеннеди и Ла-Гуардия на количество ежедневных посадок и взлетов. Аэропорты других стран, включая и Россию, смогли адаптироваться без таких искусственных ограничений из-за постоянного расширения их эксплуатационных возможностей, а также возможностей управления воздушным движением. Тем временем, аэропорты в быстро растущих городах, таких как Екатеринбург, Сочи и Якутск, стали основными пунктами происхождения и назначения, поглощая большую часть роста в системе, которая обрабатывает в четыре раза больше пассажиров сегодня, чем это было 30 лет назад.

Одним из наиболее эффективных способов увеличения потенциала национального воздушного пространства является строительство дополнительных взлетно-посадочных по-

лос и связанных с ними рулежных дорожек и ворот в тех широко используемых аэропортах, в которых ограниченная пропускная способность инфраструктуры является постоянной проблемой [5]. Инвестиции во взлетно-посадочные полосы имеют наибольший потенциал для снижения загруженности и задержек в аэропортах с высоким спросом, подверженных неблагоприятным погодным условиям, которые могут серьезно ограничить использование существующих взлетно-посадочных полос из-за их конфигурации, геометрии, длины и других характеристик. Тем не менее, новые взлетно-посадочные полосы являются дорогими для сборки и трудноизменяемыми после сборки. Строительство новых взлетно-посадочных полос в крупных аэропортах оказалось дорогостоящим и трудоемким процессом, главным образом из-за шума и экологических проблем, а также из-за нехватки земли.

Таким образом, стратегии по повышению пропускной способности системы для удовлетворения растущего спроса на транспортные услуги, вероятно, будут сосредоточены на устранении хронических мест в системе, что будет достигнуто путем целенаправленного улучшения инфраструктуры аэропортов, управления воздушным движением. Возможности и процедуры, а также методы работы авиакомпании и эффективность управления воздушным движением могут уменьшить задержки авиарейсов, но не исключат их полностью.

#### Список источников:

1. Бюшгенс Г.С. Авиация в России: справочник / Под ред. Г.С. Бюшгенса. – М.: Машиностроение, 2015. – 128 с.
2. Вересников Г.С., Кулида Е.Л., Егоров Н.А., Лебедев В.Г. Методы построения оптимальных очередей воздушных судов на посадку. Ч. 1. Методы точного решения // Проблемы управления. – 2018. – № 4. – С. 2-14.
3. Власов А.Ф. Туризм и транспорт: основы взаимодействия. Менеджмент транспортных услуг. – Иркутск: Изд-во Иркутского гос. технического ун-та, 2012. – 45 с.
4. Глухова М.И. Управление рисками в инновационной деятельности // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2018. – № 3 (27). – С. 65-69.
5. Гончарук Е.А., Ткачев И.Г. Транспортная стратегия Российской Федерации: проблемы и пути ее реализации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2017. – Т. 7. – № 2 (23). – С. 70-77.
6. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Транспортное обеспечение в туризме. – М.: КНОРУС, 2014. – 25 с.
7. Наумова Е.В. Системы качества и их внедрение на отечественные предприятия // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2018. – № 9. – С. 179-183.
8. Погодина И.В., Запорожец С.Р. Задержка авиарейсов: кто отвечает? // Туризм: право и экономика. – 2018. – №1. – С. 3-5.
9. Рощупкина И.С. Сравнительная характеристика информационной поддержки туристов на примере сайтов туроператоров «Пегас туристик», «Библио глобус», «Натали турс», «Анекс тур» // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2018. – № 9. – С. 74-78.
10. Смирнов О.А., Харитонов С.В. Проектирование распределенной информационной системы регулирования развития маршрутной сети воздушного транспорта // Прикладная информатика. – 2015. – Т. 10. – № 2 (56). – С. 27-36.
11. Статистические данные, по авиаперевозкам данные с 2016 по 2017 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.favt.ru/stat-date-vozdushnie-perevozki/>.
12. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Взаимодействие предпринимательских структур на рынке туризма: формы, проблемы и перспективы // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 4 (34). – С. 74-84.

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет экономики и торговли» и редакция журнала «Экономическая среда» приглашает к сотрудничеству преподавателей, научных работников, аспирантов и соискателей, студентов.

### УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ:

#### Требования к статьям:

- Статьи должны носить аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо начать с описания проблемы (задачи) и завершить выводами и предложениями.
- К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1,0 печатных листа (10 000 – 40 000 знаков с пробелами).
- Обязательными элементами статьи являются Ф.И.О. всех авторов, заглавие (название) статьи, аннотация, ключевые слова, список литературы, сведения об авторах.
- Фамилии и инициалы авторов статьи приводятся перед заглавием, в отдельной строке, выделяются жирным шрифтом. Число авторов статьи, как правило, не должно превышать трех человек.
- Заглавие (название) не должно быть слишком длинным, должно полностью отвечать содержанию статьи. Заглавие размещается по центру строки, набирается заглавными (прописными) буквами, без переносов, выделяется жирным шрифтом.
- Аннотация (100 – 250 слов) и ключевые слова (3-10 слов/ словосочетаний) размещаются перед текстом статьи (после заглавия) и выделяются курсивом. Текст аннотации должен быть лаконичным, связным, логичным и информативным.
- Список литературы приводится в конце рукописи в алфавитном порядке (по фамилиям авторов) в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»). В статье рекомендуется привести ссылки все использованные автором литературные источники и статистические данные.
- Сведения об авторах, научном руководителе (для статей аспирантов, соискателей) и рецензентах приводятся в конце статьи, после списка литературы.
- Рекомендуется продублировать сведения об авторе (ах) в отдельном файле:

Ф.И.О. полностью	
Ученая степень, звание:	
Должность:	
Место работы, город, страна:	
Почтовый адрес (для связи с редакцией, не публикуется):	
Телефон, e-mail (для связи с редакцией, не публикуется):	
E-mail (для опубликования):	
Название рукописи:	
Объем в усл. (авт.) п.л.:	
Научный руководитель (только для статей аспирантов, соискателей): Ф.И.О., уч.степень, звание, должность, место работы, e-mail	

– Статьи, предназначенные для публикации в журнале, подлежат обязательному рецензированию. Статьи аспирантов (соискателей) должны сопровождаться положительной рецензией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой. Скан-копия рецензии направляется в редакцию вместе со статьей (отдельным файлом).

– Рукопись должна сопровождаться документом, подтверждающим проверку работы на наличие плагиата. Рекомендуемый Интернет-сервис для проверки AntiPlagiat.ru (режим доступа: <http://www.antiplagiat.ru>).

### Требования к оформлению:

– Редакция принимает материалы только в электронном виде (рекомендуется направлять материалы на e-mail журнала: [economicstreda@mail.ru](mailto:economicstreda@mail.ru) – «Экономическая среда»).

– Материал должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word в форматах doc, docx или rtf: шрифт Times New Roman – 12 пт., обычный; межстрочный интервал - одинарный; абзацный отступ – 1,25 см.; все поля – по 20 мм. Текст должен быть выровнен по ширине. Не допускается вставка разрыва страниц, разрыва разделов, деление текста на колонки и иное дополнительное форматирование. Обязательны ссылки на рисунки, таблицы и использованные источники в тексте.

– При вставке формул необходимо использовать MicrosoftEquation. Формулы выполняются курсивом (основной размер символа 10-12 pt), размещаются по центру строки, нумерация справа в круглых скобках. В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства «=», или после знака «+», или после других математических знаков с их обязательным повторением в новой строке.

– Рисунки должны быть черно-белыми, толщина линий не менее 0.5 pt. Ширина рисунка не должен превышать 160 мм, высота – 200 мм. Разрешение не менее 300 pp. Отдельные блоки и элементы в рисунках и схемах следует сгруппировать. Номер и наименование размещаются под рисунком, по центру строки. Пример оформления подписи к рисунку:

...  
Рисунок 1 – Классификация различных подходов к целям государственной политики формирования доходов населения

– Цифровой материал в статье рекомендуется оформлять в виде таблиц. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки – со строчной буквы, если последние подчиняются заголовку. Разделять заголовки и подзаголовки диагональными линиями не допускается. Графу «№ п/п» в таблицу не включают. В таблице допускается уменьшение шрифта до 10 пт. При переносе таблицы на другой лист головку таблицы (первую строку с заголовками столбцов) следует повторить в начале каждой страницы. Если головка таблицы велика, то допускается ее не повторять, в этом случае ниже головки необходимо разместить дополнительную строку с но-

мерами столбцов, тогда каждый следующий лист начинается со строки с номерами столбцов. Каждая таблица должна иметь номер и название, которые располагаются перед таблицей. Пример оформления таблицы:

Таблица 1 – Состав стейкхолдеров, которых менеджмент компаний считает наиболее значимыми (% от числа опрошенных)

Стейкхолдеры	2017 год	2018 год
1. Акционеры (участники)	83	52
2. Сотрудники	70	54

– Кавычки в тексте статьи должны выглядеть так: «.....». Ссылки на литературные источники и приведенные в статье статистические данные следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления». Ссылку на список литературы в тексте статьи необходимо заключать в квадратные скобки «.....» [1].

#### **МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами.

В случае нарушения данной гарантии и предъявления в связи с этим претензий к редакции авторы самостоятельно и за свой счет обязуются урегулировать все претензии. Редакция не несет ответственности перед третьими лицами за нарушение данных авторами гарантий.

Авторы, направляя рукопись в редакцию, поручают редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати и размещения электронной копии статьи на сайте журнала, в научных электронных библиотеках и базах данных.

Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журнале. Рецензирование и редактирование рукописей (научное, стилистическое, техническое) осуществляют редакционный совет и редколлегия журнала в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы. Редколлегия осуществляет за собой право отклонять работы по тем или иным причинам. Редакция не берет на себя обязанность объяснять авторам нетехнические причины отклонения статей. С журналом сотрудничают высококвалифицированные специалисты, и их заключение является определяющим для судьбы статьи.

Редакция не гарантирует каких-либо сроков опубликования статей, получивших положительную рецензию. В среднем между прохождением статьи через технический контроль и публикацией при положительном решении редколлегии проходит 1-3 месяцев.

При публикации материалов приоритет отдается подписчикам журнала.

**Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.**