

colloquium-journal

ISSN 2520-6990

Międzynarodowe czasopismo naukowe



Economics
№10(34) 2019
Część 7



colloquium-journal

ISSN 2520-6990

Colloquium-journal №10 (34), 2019

Część 7

(Warszawa, Polska)

Czasopismo jest zarejestrowane i publikowane w Polsce. W czasopiśmie publikowane są artykuły ze wszystkich dziedzin naukowych. Czasopismo publikowane jest w języku angielskim, polskim i rosyjskim.

Artykuły przyjmowane są do dnia 20 każdego miesiąca.

Częstotliwość: 12 wydań rocznie.

Format - A4, kolorowy druk

Wszystkie artykuły są recenzowane

Każdy autor otrzymuje jeden bezpłatny egzemplarz czasopisma.

Bezpłatny dostęp do wersji elektronicznej dziennika.

Wysyłając artykuł do redakcji, Autor potwierdza jego wyjątkowość i bierze na siebie pełną odpowiedzialność za ewentualne konsekwencje za naruszenie praw autorskich

Zespół redakcyjny

Redaktor naczelny - **Paweł Nowak**

Ewa Kowalczyk

Rada naukowa

- **Dorota Dobija** Profesor i rachunkowości i zarządzania na uniwersytecie Koźmińskiego, dyrektor programu k. e. n.
- **Jemielniak Dariusz** - prof. dyrektor centrum naukowo-badawczego w zakresie organizacji i miejsc pracy, kierownik katedry zarządzania Międzynarodowego w Ku.
- **Henryka Danuta Stryczewska** - prof. dziekan Wydziału Elektrotechniki i Informatyki Politechniki Lubelskiej.
- **Mateusz Jabłoński** - Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki.
- **Henryka Danuta Stryczewska** - prof. , dziekan Wydziału Elektrotechniki i Informatyki Politechniki Lubelskiej i prof. Zbigniew Grądzki, prorektor ds. Nauki.
- **Sani Lukács** — eötvösa Loránd University, Faculty of Social Sciences, phd in sociology7
- **Király Tamás** — Szegedi Tudományegyetem, gyógyszerésztudományi Kar, phd gyógyszertár9
- **Gazstav Lewandowski** — węgierski uniwersytet sztuk pięknych, Graficzny wydział / Specjalizacja w dziedzinie projektowania graficznego.
- **Bulakh Iryna Valerievna** - k.arh., Profesor nadzwyczajny w Katedrze Projektowania Środowiska Architektonicznego, Kijowski Narodowy Uniwersytet Budownictwa i Architektury

« Colloquium-journal »

Wydrukowano w « Chocimska 24, 00-001 Warszawa, Poland »

E-mail: info@colloquium-journal.org

<http://www.colloquium-journal.org/>

CONTENTS

ECONOMICS

Акулич О.В., Чапкина Н.А. ОЦЕНКА НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ И НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТ ОТ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ МАГАДАНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	4
Akulich O.V., Chapkina N.A. ASSESSMENT OF TAX LOAD AND TAX EXPENDITURE IN THE BUDGET FROM SMALL BUSINESS (ON THE EXAMPLE OF MAGADAN REGION).....	4
Захарян А.В., Андриенко А.Г. РОЛЬ МВФ В МЕЖГОСУДАРСТВЕННОМ ВАЛЮТНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ	7
Zakharyan A.V., Andrienko A.G. THE IMF'S ROLE IN INTER-STATE CURRENCY REGULATION	7
Анпилогова М.С. ФОРМАТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ	9
Anpilogova M.S. FORMATS OF INTERACTION WITH STAKE HOLDERS	9
Петрушина О.М., Аракелян В.И. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТАМОЖЕННО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНАЛОВ НА ПРИМЕРЕ АО «ТАСКОМ»	12
Petrushina O.M., Arakelian V.I. ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF CUSTOMS AND LOGISTICS TERMINALS ON THE EXAMPLE OF JSC "TUSK»	12
Петрушина О.М., Аракелян В.И. РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ТАМОЖЕННО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ТЕРМИНАЛА АО «ТАСКОМ».....	14
Petrushina O.M., Arakelyan V.I. DEVELOPMENT OF PROPOSALS TO IMPROVE CUSTOMS AND LOGISTICS TERMINAL AO «TASCOM»	14
Арзуманян А.А., Дикарева И.А. РОССИЙСКИЙ РЫНОК АКЦИЙ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	17
Arzumanyan A.A., Dikareva I.A. RUSSIAN STOCK MARKET: MODERN CONDITION, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS	17
Ahmadi S.F. THE ROLE OF FINANCIAL INSTITUTIONS IN POVERTY REDUCTION IN AFGHNIAN	19
Ахмади С.Ф. РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В СОКРАЩЕНИИ МАСШТАБОВ НИЩЕТЫ В АФГАНИСТАНЕ	19
Ащеулов А.В., Меговорян Е.А. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И СПОСОБЫ ИХ ОЦЕНКИ	23
Ashcheulov A.V., Megovoryan E.A. ECONOMIC RISKS IN ACTIVITIES PHYSICAL AND SPORT ORGANIZATIONS AND METHODS OF THEIR EVALUATION	23
Бабин С. С. СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	25
Babin S.S. ESSENCE AND ROLE OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA AND ABROAD	25
Балабанова М.А. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА УНИВЕРСИТЕТА В КОНТЕКСТЕ ВЫЗОВОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ	32
Valabanova M.A. ORGANIZATIONAL CULTURE OF UNIVERSITY IN THE CONTEXT OF EXTERNAL CHALLENGES	32

Безверхая Т.В., РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ WEB-ПРИЛОЖЕНИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	37
Bezverhaya T.V., IMPLEMENTATION OF MARKET RESEARCH USING A WEB APPLICATION AS A WAY TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION	37
Безверхая Т.В., ИНСТРУМЕНТЫ ПОИСКА КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ СНИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ МАРКЕТИНГОВОЙ КАМПАНИИ.....	40
Bezverhaya T.V., TOOLS TO SEARCH FOR KEY FACTORS TO REDUCE COMPETITIVE ADVANTAGES TO DETERMINE THE PRIORITY DIRECTIONS OF THE MARKETING CAMPAIGN	40
Бердышев О.В. К ВОПРОСУ О КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ РИСКОВ	44
Berdyshev O.V. TO THE QUESTION OF QUANTITATIVE RISK ASSESSMENT	44
Васьков А. Б. ПРИЧИНЫ ПРИНЯТИЯ ВЕЛИКОБРИТАНИЕЙ РЕШЕНИЯ О ВЫХОДЕ ИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА	46
Vaskov A. B. THE REASONS FOR THE ADOPTION OF THE UNITED KINGDOM REENIE OF WITHDRAWAL FROM THE EUROPEAN UNION	46
Горчак М.О. ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ (ОТРАСЛЕВОЙ АСПЕКТ)	48
Gorchak M.O. UNEMPLOYMENT PROBLEMS IN THE RUSSIAN ECONOMY (BRANCH ASPECT)	48
Тютерева Ю.Д. О НЕКОТОРЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ, ВЫЗВАННЫХ ФИНАНСОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИЕЙ. ..	50
Tyutereva Y.D. SOME OF THE CHANGES IN THE BANKING SECTOR CAUSED BY THE FINANCIAL GLOBALIZATION.....	50
Дадаев А.Т. РАЗВИТИЕ ДИНАМИЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ КОМПАНИЯМИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА	52
Dadaev A.T. DEVELOPMENT OF DYNAMIC CAPABILITIES BY E-BUSINESS COMPANIES	52
Дарищева А.Ф. ЗАКУПКИ, КОТОРЫЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНО ВКЛЮЧАТЬ В ПОЛОЖЕНИЕ, ПРИ ЗАКУПКАХ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА.....	54
Darischeva A.F. PURCHASES THAT IT IS ADVISABLE TO INCLUDE IN THE POSITION WHEN PURCHASING FROM A SINGLE SUPPLIER.....	54
Николаев С.В. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА: РОССИЙСКО-ФИНЛЯНДСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО	56
Nikolaev S.V. DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS: RUSSIAN-FINNISH COOPERATION	56
Теплова Дарья Сергеевна СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА.....	59
Teplova Daria Sergeevna YOUTH TRAVEL TRENDS	59
Лотакін А. Л. HYPED PROJECTS ONLINE AS A THREAT TO FINANCIAL SECURITY.....	61
Ломакин А.Л. ХАЙП-ПРОЕКТЫ ОНЛАЙН, КАК УГРОЗА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	61

ECONOMICS

УДК 336.025

Акулич О.В.,*д.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики***Чапкина Н.А.,***к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики**Северо-Восточный государственный университет (г. Магадан)***ОЦЕНКА НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ И НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТ ОТ
МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ МАГАДАНСКОЙ ОБЛАСТИ)****Akulich O.V.,***Doctor of Economics, Associate Professor,**Head of the Department of Economics***Chapkina N.A.,***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,**Associate Professor of the Department of Economics**Northeastern State University (Magadan)***ASSESSMENT OF TAX LOAD AND TAX EXPENDITURE IN THE BUDGET FROM SMALL
BUSINESS (ON THE EXAMPLE OF MAGADAN REGION)****Аннотация.**

В статье проведен анализ влияния налогообложения предприятий малого бизнеса на наполняемость бюджетов различного уровня, а также оценена налоговая нагрузка на малые предприятия. Расчеты проведены на примере Магаданской области. Сделан вывод о незначительном влиянии малого бизнеса на доходы бюджетов, а также о невысоком уровне налоговой нагрузки на малые предприятия.

Annotation.

The article analyzes the impact of taxation of small businesses on the budgets of various levels and assesses the tax burden on small businesses. The calculations are carried out on the example of the Magadan region. The conclusion is made about the insignificant influence of small business on budget revenues, as well as about the low level of tax burden on small businesses.

Ключевые слова: *малый бизнес, налоги, налоговая нагрузка, бюджет***Keywords:** *small business, taxes, tax burden, budget***Введение**

Малое предпринимательство — неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйства, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Малый бизнес решает проблемы занятости и обеспеченности населения потребительскими товарами, способствует расширению конкуренции, стимулирует инновационную деятельность, улучшает социальное состояние общества, позволяя реализовать творческий потенциал предпринимателей. Кроме этого, налоговые платежи малого бизнеса способствуют пополнению местных и региональных бюджетов, тем самым помогая государству решать важнейшие социальные задачи.

Материалы и методы исследования

Налоговая система должна не только выполнять фискальную функцию, но и стимулировать стремление налогоплательщика к предпринимательской деятельности, к повышению эффективности хозяйствования. Уровень налоговой нагрузки

на предприятия малого бизнеса взаимосвязан с налоговыми поступлениями в бюджет: «надо устраивать такой уровень налогообложения, чтобы он был, с одной стороны, достаточным для выполнения государственных функций, а с другой — не оказывал отрицательного влияния на экономику и население». Поэтому для объективной оценки эффективности налогообложения малого бизнеса необходимо оценивать не только уровень налоговой нагрузки, но и долю налоговых поступлений от него в налоговых доходах бюджета.

Рассмотрим влияние малого бизнеса на формирование доходной части бюджетов разного уровня на примере г. Магадана и Магаданской области (см. табл. 1 и 2). Для этого определим долю налога на совокупный доход, уплачиваемого малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями, в общих доходах бюджетов, в целом, и в их налоговых доходах.

Таблица 1

Бюджет г. Магадана, млн. руб. [1]

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2014 г., %
Доходы, всего	5888,6	5548,0	5565,1	6066,2	6427,2	109,15
из них налоговые доходы, в т. ч.	1815,0	1676,2	1809,4	2114,5	2374,7	130,84
налог на совокупный доход:	234,1	294,3	302,5	491,7	547,8	234,02
ЕНВД	204,5	207,1	213,5	208,5	217,3	106,24
ЕСХН	28,3	86,1	86,0	43,9	71,9	254,18
ПСН	1,3	1,0	2,98	4,8	4,7	3,7 раз
Доля налога на совокупный доход, %						
- в общей сумме налоговых доходов	12,9	17,6	16,7	23,3	23,1	-
- в общей сумме доходов	3,98	5,30	5,44	8,11	8,52	-
Доля специальных налоговых режимов в сумме налога на совокупный доход, %						
ЕНВД	87,4	70,4	70,6	42,4	39,7	-
ЕСХН	12,1	29,3	28,4	8,9	13,1	-
ПСН	0,54	0,35	0,99	0,98	0,86	-

По данным таблицы 1 можно отметить рост доходов бюджета за анализируемый период на 9,15 % при росте налоговых доходов на 30,84 %. Величина налога на совокупный доход, который уплачивают субъекты малого предпринимательства на специальных налоговых режимах, увеличилась на 34,02 %, в т. ч. по ЕНВД – на 6,24 %; по ЕСХН – на 54,18 % и по ПСН – 3,7 раза.

Большинство индивидуальных предпринимателей и юридических лиц применяют ЕНВД, что

подтверждается долей данного специального налогового режима в сумме налога на совокупный доход – около 40 %, далее ЕСХН – 13,1 % и наименьшая доля по ПСН – 0,86 %.

После отмены ЕНВД в 2021 г. большинство индивидуальных предпринимателей перейдут на ПСН, либо на УСН, а юридические лица только на УСН, т. к. ПСН они применять не имеют право.

Таблица 2

Консолидированный бюджет Магаданской области, млн. руб. [3]-[6]

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2014 г., %
Доходы, всего	23344,7	24317,0	29702,8	31089,5	33185,1	142,15
из них налоговые доходы, в т. ч.	12029,1	15359,4	19880,2	18012,0	19842,8	164,96
налог на совокупный доход, из них:	469,8	480,4	499,5	282,2	308,8	65,80
- ЕСХН	0,5	(0,07)	-	0,0002	-	-
- единый налог по УСН:	469,3	480,5	499,5	282,2	308,8	65,80
Доля налога на совокупный доход, %						
- в общей сумме доходов	2,01	1,98	1,68	0,91	0,93	-
- в общей сумме налоговых доходов	3,91	3,13	2,48	1,57	1,56	-

Данные таблицы 2 показывают, что при росте доходов бюджета за анализируемый период в целом на 42,15 %, налоговые доходы выросли на 64,96%. Однако при этом произошло сокращение налога на совокупный доход на 34,2%, что объясняется тем, что большая его часть зачисляется в местный бюджет. Таким образом, за счет обложения малого бизнеса формируется от 13 до 23% налоговых доходов бюджета г. Магадан, что составляет от 4 до 8,5% доходной части бюджета. В консолидированном бюджете Магаданской области налог на совокупный доход составляет от 2 до 0,93% доходной части бюджета, от 3,9 до 1,6 % общей суммы налоговых доходов. Следовательно, малый бизнес не играет существенной роли в формировании ни местного, ни регионального бюджетов.

Величина и достаточность налоговой нагрузки на российский малый бизнес, является предметом

дискуссий среди представителей бизнеса, экономистов, чиновников. Так, например, Л.В. Мазур считает, что малый бизнес в России находится на льготных условиях, низкая налоговая нагрузка не стимулирует интенсивного развития, поэтому дальнейшее снижение налоговой нагрузки на малый бизнес нецелесообразно, в то же время ее следует дифференцировать в зависимости от общественной значимости и инновационности малого бизнеса [2, с.157].

Когда речь идет о налоговой нагрузке подразумевается уровень изъятия части дохода налогоплательщика, ведущего предпринимательскую деятельность, в виде налога в бюджет. Общепринятой методики оценки налоговой нагрузки не существует, поэтому мы воспользуемся формулой для расчета налоговой нагрузки на микроуровне [7, с.150]:

$$NN = \frac{SN}{SC} \times 100\%, (1)$$

где NN – налоговая нагрузка в процентах;
 SN – сумма уплачиваемых налогов;

SC – сумма источников средств для уплаты налогов.

Проведем оценку налоговой нагрузки на малое предпринимательство Магаданской области. Результаты расчетов сведем в таблицу 3.

Таблица 3

Показатели деятельности малого бизнеса Магаданской области в 2017 г.

	Все предприятия	Малые предприятия	Доля малых предприятий, %
Количество предприятий	4825	2876	57,1
Средняя численность работников, чел.	93200	10200	18,7
Оборот предприятий, млн. руб.	178500	53200	30,8
Налоговые платежи предприятий в региональный и местный бюджеты, млн. руб.	21957,3	856,6	2,5
Налоговая нагрузка, %	12,3	1,61	13,1
Налоговая нагрузка на 1 работника, руб.	235593,3	83980	35,6
Выработка на 1 человека, тыс. руб.	1915,2	5215,7	272

Данные таблицы 3 показывают, что предприятия малого бизнеса составляют более 57% от общего количества предприятий Магаданской области. Выработка на малых предприятиях в 2,7 раза превышает выработку на всех предприятиях региона. В то же время налоговая нагрузка на малый бизнес составляет 13% от налоговой нагрузки на все предприятия, а налоговая нагрузка на 1 работника – 35,6% от соответствующего показателя для всех предприятий. Таким образом, налоговая нагрузка на предприятия малого бизнеса гораздо ниже средней налоговой нагрузки на все предприятия в целом.

Выводы

Результаты проведенного анализа показали, что уровень налоговой нагрузки на предприятия малого бизнеса Магаданской области составлял 1,61% в 2017 г. Невысокому уровню налоговой нагрузки соответствует небольшая доля налогов, уплачиваемых малым бизнесом в доходах бюджета.

Оценка налоговой нагрузки носит приближенный характер в силу отсутствия общепринятой методики ее измерения. Поэтому для проведения более точных расчетов необходима разработка методики оценки налоговой нагрузки на разных уровнях экономики, что позволит сделать результаты оценки сопоставимыми.

Следует согласиться с мнением тех исследователей, которые считают, что дальнейшее снижение налоговой нагрузки на малый бизнес нецелесообразно, однако при установлении налогов следует сделать их более дифференцированными в зависимости от инновационности предприятий и уровня их общественной значимости.

Список литературы

1. Итоги социально-экономического развития МО «Город Магадан» в 2018 г. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.magadangorod.ru/news/32343-gorodskoy-forum-vektor-razvitiya-magadan-2020-strategiya-rosta-novye-ostanovki-i-etnofestival-dzyalbu.html>
2. Мазур Л.В., Плахов А.В. Налогообложение малого бизнеса и доходы бюджетной системы РФ // Вестник ОрелГИЭТ. 2015. №2(32). С.154-159
3. Отчет о поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ по за 2014 г. [Электронный ресурс] – URL https://www.nalog.ru/rn49/related_activities/statistics_and_analytics/forms/
4. Отчет о поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ по за 2015 г. [Электронный ресурс] – URL https://www.nalog.ru/rn49/related_activities/statistics_and_analytics/forms/
5. Отчет о поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ по за 2016 г. [Электронный ресурс] – URL https://www.nalog.ru/rn49/related_activities/statistics_and_analytics/forms/
6. Отчет о поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ по за 2017 г. [Электронный ресурс] – URL https://www.nalog.ru/rn49/related_activities/statistics_and_analytics/forms/
7. Фишер О.В. К вопросу об оценке налоговых условий предпринимательской деятельности в России // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. 2011. №2 (19). С.148-154.

*Захарян А.В.**канд. экон. наук, доцент кафедры финансов**Андриенко А.Г.**Студентка факультета Финансы и кредит**ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина»*

РОЛЬ МВФ В МЕЖГОСУДАРСТВЕННОМ ВАЛЮТНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ

*Zakharyan A.V.**edging. экон. sciences, associate professor of finance**Andrienko A.G.**Student of faculty Finance and credit**FGBOOU WAUGH "The Kuban state agricultural university of I. T. Trubilin"*

THE IMF'S ROLE IN INTER-STATE CURRENCY REGULATION

Аннотация.

В данной статье рассматриваются задачи, полномочия и цели создания МВФ

Abstract.

*This article discusses the objectives, powers and objectives of the IMF**Ключевые слова: Финансы, международный валютный фонд, валюта, финансовая система, кредит**Keywords: Finance, International Monetary Fund, currency, financial system, credit*

Международный валютный фонд, МВФ (International Monetary Fund, IMF), как и Международный банк реконструкции и развития, МБРР (позже — Всемирный банк), является бреттон-вудской международной организацией. МВФ и МБРР формально относятся к специализированным учреждениям ООН, но с самого начала своей деятельности они отклонили координирующую и руководящую роль ООН, ссылаясь на полную независимость своих финансовых источников.

Задача создания подобных структур назревала по мере приближения окончания Второй мировой войны и распада колониальной системы. Актуальным стал вопрос о формировании послевоенной международной валютной и финансовой системы и о создании соответствующих международных институтов, в особенности межгосударственной организации, которая была бы предназначена для регулирования валютно-расчетных связей между странами. Особенно настойчиво выступали за это банкиры США [4].

Планы создания специального органа для «упорядочения» валютно-расчетных связей были разработаны США и Великобританией. В американском плане предлагалось учредить «Стабилизационный фонд Объединенных Наций», государства-участники которого должны были бы принять на себя обязательства не изменять без согласия Фонда курсы и паритеты своих валют, выраженные в золоте и особой счетной денежной единице, не устанавливать валютные ограничения по текущим операциям и не заключать никакие двусторонние («дискриминационные») клиринговые и платежные соглашения. В свою очередь, Фонд предоставлял бы им краткосрочные кредиты в иностранной валюте для покрытия текущих дефицитов платежных балансов.

МВФ осуществляет наблюдение и контроль за соблюдением странами-членами своего Устава, который фиксирует основные структурные принципы мировой валютной системы.

МВФ наделен полномочиями создавать безусловные ликвидные средства путем выпуска СДР. Последние предназначены для пополнения официальных валютных резервов, погашения пассивного сальдо платежного баланса, расчетов стран с Фондом. Страна, имея счет в СДР, может приобретать у других участников системы СДР конвертируемую валюту. Регулирующая роль МВФ заключается в том, что он обеспечивает странам гарантированную возможность приобретения необходимой валюты в обмен на СДР путем назначения стран, которые ее предоставляют [12].

При этом МВФ учитывает состояние платежного баланса и валютных резервов «назначенных» стран-кредиторов. МВФ контролирует соблюдение установленных лимитов операций в СДР. Каждая страна обязана принимать СДР в обмен на конвертируемую валюту в пределах двойной суммы ее лимита в СДР, т.е. пока сумма СДР на счете не возрастет до 300% по отношению к чистой кумулятивной величине выделенных ей Фондом СДР.

МВФ предназначен для регулирования валютно-кредитных отношений государств-членов и предоставления кратко- и среднесрочных кредитов в иностранной валюте. Большую часть своих займов Международный валютный фонд предоставляет в долларах США. За время своего существования МВФ превратился в главный наднациональный орган регулирования международных валютно-финансовых отношений. Местопребывание руководящих органов МВФ — Вашингтон (США). Это довольно символично — в дальнейшем будет видно, что МВФ практически полностью контролируется США и странами западного альянса и, соответственно, в управленческо-операционном плане

– ФРС. Не случайно поэтому, что реальный бенефит от деятельности МВФ также получают эти акторы и, в первую очередь, означенный выше «клуб бенефициаров» [1].

Официальные цели МВФ заключаются в следующем:

- «способствовать международному сотрудничеству в валютно-финансовой сфере»;

- «содействовать расширению и сбалансированному росту международной торговли» в интересах развития производственных ресурсов, достижения высокого уровня занятости и реальных доходов государств-членов;

- «обеспечивать стабильность валют, поддерживать упорядоченные отношения в валютной области среди государств-членов и не допускать обесценения валют с целью получения конкурентных преимуществ»;

- оказывать помощь в создании многосторонней системы расчетов между государствами-членами, а также в устранении валютных ограничений;

- предоставлять временно государствам-членам средства в иностранной валюте, которые давали бы им возможность «исправлять нарушения равновесия в их платежных балансах» [11].

Итак, Международный Валютный Фонд - межправительственная организация, предназначенная для регулирования валютно-кредитных отношений государств-членов и оказания им финансовой помощи при валютных затруднениях, вызываемых дефицитом платежного баланса, путем предоставления кратко- и среднесрочных кредитов в иностранной валюте. Фонд имеет статус специализированного учреждения ООН. Он служит институциональной основой мировой валютной системы.

Международный валютный фонд играет значительную роль, как в развитии экономик стран-участников, так и в развитии мировой экономики в целом. Поэтому изучение его сущности, методов работы и роли в мировой экономике важно для создания полной картины функционирования международных экономических отношений.

В своей политике и деятельности МВФ руководствуется уставом, известным под названием Статьи Соглашения МВФ. Согласно Уставу МВФ на него возложены следующие обязанности: упорядочение валютных отношений между странами-членами; устранение валютных ограничений; создание многосторонней системы платежей по текущим операциям; борьба с обесценением валют; оказание финансовой помощи для финансирования дефицитов платежных балансов [2].

Таким образом, за время своего существования МВФ превратился в подлинно универсальную организацию, добился широкого признания в качестве главного наднационального органа регулирования международных валютно-кредитных отношений, авторитетного центра международного кредитования, координатора межгосударственных кредитных потоков и гаранта платежеспособности стран-заёмщиц.

Одновременно он начинает играть важную роль в реализации решений «семерки» ведущих государств Запада, становится ключевым звеном формирующейся системы регулирования мировой экономики, международной координации, согласования национальных макроэкономических политик. Фонд зарекомендовал себя активно функционирующим мировым валютным институтом, накопил большой и полезный опыт.

Список использованных источников

1. Брусов, П. Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: учеб. пособие / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. – М. : КНОРУС, 2016. – 226 с.

2. Григорьева, Т. И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз : учеб. для магистров / Т. И. Григорьева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 462 с.

3. Герасименко О.А. Финансовый менеджмент/Герасименко О.А., Герасименко О.В.//Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина. Казань, 2017.

4. Жилияков, Д. И. Финансово-экономический анализ (предприятие, банк, страховая компания) : учеб. пособие / Д. И. Жилияков, В. Г. Зарецкая. – М. : КНОРУС, 2016. – 368 с.

5. Захарян А.В. КРЕДИТНЫЕ РЫНКИ В УСЛОВИЯХ МИРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ КРИЗИСОВ/Захарян А.В., Бакланов С.В., Ватулина И.В.//Вектор экономики. 2018. № 9 (27). С. 32.

6. Захарян А.В. Цифровая экономика и перспективы ее роста на 2018-2020 ГОДА/Захарян А.В., Померко Е.С., Негодова А.В., Давыденко М.А., Ионова Д.М., Аристов С.А.//Экономика и предпринимательство. 2018. № 5 (94). С. 169-173.

7. Захарян А.В. Экономика сегодня: новые вызовы - новые решения/Башкирцева Д.С., Броварь С.И., Гусев Е.Г., Захарян А.В., Мызникова М.Н., Нехайчук Д.В.//Под редакцией Черкесовой Э.Ю.. Ставрополь, 2016. Том Книга 3

8. Захарян А.В. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФАКТОРИНГ - АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННЫМ БАНКОВСКИМ КРЕДИТАМ ДЛЯ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА/Захарян А.В., Бакланов С.В., Ватулина И.В., Овчинников М.Г., Назаретян К.А., Кумпилов Н.Т.//Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-2 (86). С. 1209-1214.

9. Захарян А.В. «Шоковая терапия» -радикальный метод смены экономических режимов/А.В. Захарян, М.Е. Степченко, Е.В. Мостовая//Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-1 (76-1). С. 730-732.

10. Захарян А.В. ВИДЫ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ, ИХ МИНИМИЗАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОЛУЧАЕМЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ДОХОД/Захарян А.В., Лукьянченко Е.В.//Эпомен. 2018. № 15. С. 92-97.

11. Колпакова, Г. М. Финансы, денежное обращение и кредит : учеб. пособие для бакалавров / Г. М. Колпакова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 538 с.

12. Нешитой А.С., Воскобойников Я.М. Финансы: Учебник, 10-е изд. — М.: ИТК «Дашков и К», 2016. — 528 с.

*Анпилогова М.С.**Магистрант**Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации***ФОРМАТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ***Anpilogova M.S.**Master student**Financial University under the Government of the Russian Federation***FORMATS OF INTERACTION WITH STAKE HOLDERS****Аннотация.**

В последнее время в корпоративном управлении все чаще акцентируется внимание на управлении взаимодействиями со стейкхолдерами. Такое развитие событий свидетельствует о повышении значимости анализа и управления взаимодействием с заинтересованными лицами, так как эффективное взаимодействие с ними способствует не только снижению различных рисков, но своевременному выявлению новые возможностей для развития компании. В статье рассматриваются форматы взаимодействия с заинтересованными лицами. Выделены ключевые особенности каждого из рассмотренных форматов.

Abstract.

In recent years, corporate management has increasingly focused on the management of interaction with stakeholders. This development of events testifies to the increasing importance of the analysis and management of interaction with stakeholders, as effective interaction with them contributes not only to the reduction of various risks, but also to the timely identification of new opportunities for the development of the company. The article deals with the formats of interaction with stakeholders. The key features of each considered formats are highlighted.

Ключевые слова: *взаимодействие со стейкхолдерами, управление взаимодействием со стейкхолдерами*

The keywords: *interaction with stakeholders, management of interaction with stakeholders*

На сегодняшний день для ведущих российских компаний взаимодействие со стейкхолдерами является инструментом, способствующим инновациям в создании продуктов и организации процессов, повышающим силу ориентации принимаемых стратегических решений на внутреннюю и внешнюю устойчивость компании[1]. **В процессе данного взаимодействия** компании становятся способными наиболее точно привести к соответствию своих социальных, экономических и показателей относительно охраны окружающей среды, в соответствие с общей стратегией развития организации. Это, в свою очередь, способствует тому, что вовлеченные стороны смогут получить доступ к необходимой информации, а также достигнуть целей и решить проблемы, которые стейкхолдеры не смогли бы решить в одиночку.

Итак, рассмотрим ключевые характеристики наиболее распространенных форматов взаимодействия с заинтересованными лицами[2]: телефонные «горячие линии», виртуальное взаимодействие, опросы, встречи «с глазу на глаз», открытые собрания, контрольные или консультативные комитеты стейкхолдеров, вовлечение заинтересованных лиц в исследование проблем, подготовку отчетов и разработку политик; многосторонние альянсы, партнерства, добровольческие инициативы и совместные проекты с участием различных стейкхолдеров; обзор распространенных техник проведения диалогов.

Телефонные «горячие линии». Бесплатные телефонные «горячие линии» для заинтересованных лиц, желающих получить какую-либо информацию проектах или проблемах, а также возможно проинформировать о возможной проблеме. Стоит отметить, что телефонная связь является наиболее доступным средством взаимодействия для большинства стейкхолдеров, что позволяет получить реакцию от конкретных заинтересованных лиц при минимальных затратах усилий, в удобном для них месте и в удобное время. При этом, не смотря на то, что данный формат не дает возможности провести детальный диалог, он позволяет стейкхолдерам получить необходимую для них информацию, отреагировать в кратчайшие сроки, и, если потребуются, сделать это конфиденциально. Среди сотрудников компании на звонки по «горячей линии» могут отвечать юрист, соответствующий сотрудник службы контроля или специально подготовленный администратор. Использование данного формата позволит обеспечить адекватное информирование обращающихся и быстрое реагирование. Принимать же звонки от имени компании могут независимые люди «со стороны». Несмотря на то, что они в меньшей степени осведомлены о тонкостях тех или иных вопросов, они способны вызывать к себе больше доверия, и в итоге оказаться ближе к стейкхолдерам. Таких «посредников» имеет смысл включать в процесс верификации информации о взаимодействии.

Виртуальное взаимодействие. Формат взаимодействия при помощи пользования электронной почты или Интернет-сайтов обеспечивает преодоление больших расстояний и позволяет стейкхолдерам принимать участие в консультациях и обсуждениях без физического присутствия на мероприятиях. Но в данном случае стоит иметь в виду, что, несмотря на то, что на сегодняшний день наблюдается широкое распространение Интернет-ресурсов, все же в некоторых местах их использование может быть сильно ограничено: например, в развивающихся странах.

Тем не менее, разработка и внедрение механизма онлайнного вовлечения важна в части удовлетворения потребностей стейкхолдеров и самой компании. Такой механизм может включать в себя: многосторонние онлайнные, обсуждения посредством электронной почты, формы для одностороннего ввода информации, голосования и опросы в Интернете, сессии вопросов и ответов в реальном времени, чаты как онлайнные фокус-группы и т.д.

Опросы. Массовые опросы целых групп заинтересованных лиц (например, сотрудников компании) или выборки (например, из числа потребителей) могут фокусироваться как на общих, так и на специфических проблемах. Реализация опросов может происходить через почту, в режиме онлайн, с использованием компьютерных терминалов, при личных встречах или по телефону. Также они могут отличаться по степени сложности и формальности. Но зачастую данный механизм является дорогостоящим, и иногда может привести к переизбытку информации. В любом случае, перед реализацией любых опросов необходимо заранее определить последующую работу с полученными результатами. Если тщательно спланировать процесс проведения опроса и выбрать адекватную группу для его проведения, то можно получить статистически достоверные данные о мнениях стейкхолдеров, которые в дальнейшем могут послужить ориентиром для практической деятельности компании.

Встречи «с глазу на глаз». Индивидуальные встречи с заинтересованными лицами или их представителями часто становятся первым шагом в построении взаимодействия компании с отдельным стейкхолдером. Встречи могут иметь несколько целей: сбор информации; получение отзывов о впечатлении, создаваемом компанией; согласование общих целей и основных норм, исследование различных проблем и т.д. В процессе такого формата взаимодействия стейкхолдеры могут свободно обсуждать те или иные проблемы, без обязанностей отстаивать свою позицию публично.

Индивидуальные встречи, как правило, не рассматриваются в рамках корпоративных программ вовлечения заинтересованных лиц, но ежедневные индивидуальные встречи с ключевыми стейкхолдерами, в т.ч. корпоративных клиентов, инвесторов, представителей надзорных органов и иных лиц, являются одним из самых важных механизмов обсуждения различного рода ожиданий и проблем.

Открытые собрания. Крупномасштабные встречи являются полезными для обмена мнениями, распространения информации и обсуждения вопросов. Такие собрания могут проводиться от имени компании или от лица сотрудничающих с ней организаций. При этом участие различных компаний, знакомых стейкхолдерам, может способствовать повышению уровня доверия.

Проведение открытых собраний должно быть спланировано в соответствии с целями организации, интересами стейкхолдеров и особенностями рассматриваемого вопроса. В процессе традиционных общественных слушаний, как правило, создается ощущение «мы здесь, они - там», что зачастую не приводит к конструктивной дискуссии. Такие встречи сложно назвать пригодными для работы над принятием решений, так как в таких условиях является затруднительным провести глубокий диалог. Поэтому, следует акцентировать внимание на рассмотрении следующих вариантов проведения данного мероприятия: семинары, мировое кафе, заседания по выработке консенсуса и др. Иными словами, наиболее продуктивными при решении конкретных вопросов являются варианты собраний, когда стейкхолдеры сконцентрированы на определенной территории.

Контрольные или консультативные комитеты стейкхолдеров. Данный формат взаимодействия предполагает приглашение компанией стейкхолдеров для консультирования и выработки соответствующих рекомендаций по какому-либо проекту или ряду вопросов, а также для проведения независимой верификации и анализа деятельности компании в целом.

Прежде всего, стоит обратить внимание, на состав рабочей группы – следует добиться репрезентативности выборки, например, путем создания комитета на выборной основе. При этом у них должна быть возможность и достаточно времени для консультации со своими «избирателями» для получения их поддержки.

Консультационные комитеты могут состоять из стейкхолдеров, принадлежащих к разным категориям (поставщики, партнеры и т.д.). Как правило, создание таких комитетов обусловлено необходимостью для работы над сложными и долгосрочными вопросами, поэтому данный формат включает в себя серьезные затраты времени от стейкхолдеров или экспертов.

Вовлечение стейкхолдеров в исследование проблем, подготовку отчетов и разработку политик. Внешние эксперты традиционных бизнес-сфер или группы стейкхолдеров, внутренние и внешние, могут быть привлечены к процессу подготовки отчетов, политик или комментариев по ключевым вопросам, призваны дать комментарии к черновым вариантам документов, подготовленным внутри компании. Стоит отметить, что в процесс реализации данного взаимодействия должны привлекаться исключительно стейкхолдеры-эксперты, так как результат работы не должен нарушать нормы Гражданского кодекса, Налогового кодекса

и т.д. По этой причине прозрачность процедур исследования важна для многих заинтересованных лиц, и порядок их привлечения к данной работе должен быть также представлен в отчетности.

В любом случае, работа над политикой компании или ее отчетом должна иметь цель и практический смысл. Необходимо добиться того, чтобы результат не остался лишь на бумаге, а имел определенную последовательность шагов для его реализации.

Этот формат также является затратным, особенно со стороны времени стейкхолдеров-экспертов. Вероятно, затраченное время должно быть компенсировано со стороны компании, но это следует делать аккуратно, так как таким образом можно подвергнуть сомнению независимость экспертов.

Многосторонние альянсы, партнерства, добровольческие инициативы и совместные проекты с участием различных стейкхолдеров. Компании и стейкхолдеры, являющиеся представителями государственной власти, общественных и частных добровольческих объединений, могут осуществлять совместную деятельность через общие предприятия или общие обязательства, взятые на себя. Это может быть в виде партнерства компании с организацией стейкхолдеров или же многосторонний альянс, который включают в себя несколько участников. Добровольческие объединения с участием правительств и промышленников, как правило, включают в себя ряд обязательств, взятых компаниями-членами альянсов для достижения определенных целей в социальной или экологической сфере, которые выходят за рамки существующего законодательства. Они могут выступать в виде принятых на государственном или международном уровне кодексов поведения, или соглашений о плановых показателях эффективности деятельности, заключенные между конкретной компанией и правительством, группой компаний или отраслью промышленности. Такие договоры часто сопровождаются специальными дополнительными соглашениями о совместной работе для решения более широкого спектра задач.

Однако при разработке партнерских отношений следует учитывать пользу и затраты для каждого из участников. В некоторых случаях при таком

взаимодействии может отсутствовать единый набор ценностей, но это не всегда препятствует совместной работе участников для достижения общих целей.

Стоит отметить, что в основе многих партнерских инициатив лежит начало общения, осуществляемых в неформальном режиме. Развитие данных отношений, как правило, иницируются со стороны отдельного сильного лидера, работающего в одной из организаций. В данном случае, именно такой лидер будет способствовать сближению организаций, выступая в роли посредника при создании партнерства и стабильной поддержки со стороны заинтересованных лиц в долгосрочной перспективе, со временем необходимо преобразовать процессы управления и существующую структуру в более формализованные.

Таким образом, для учета интересов и налаживания отношений со своими стейкхолдерами компания может прибегнуть к использованию широкого спектра форматов взаимодействия, способствующих улучшению деятельности компании, в частности в сфере удовлетворения интересов стейкхолдеров. Как правило, любая компания не ограничивается каким-либо одним способом взаимодействия с заинтересованными сторонами, однако каждая компания определяет самостоятельно, какой именно формат взаимодействия наиболее эффективен для нее.

Список используемой литературы:

1. Божко И. Способы взаимодействия со стейкхолдерами: решения, которые дают результат / И.Божко // Электронный журнал «Устойчивый бизнес». – 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://csrjournal.com/12812-sposoby-vzaimodejstviya-so-stejkholderami-resheniya-kotorye-dayut-rezultat.html>
2. Крик Т., Форстейтер М., Монаган Ф., Си-ланпа М. Выпуск 2: Практическое руководство по организации взаимодействия со стейкхолдерами. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.urbanecomomics.ru/sites/default/files/2196_import.pdf

Петрушина Оксана Михайловна,

к.э.н., доцент

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
Россия, г. Калуга*

Аракелян Виктория Игоревна,

студентка,

*5 курса, Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
Россия, г. Калуга*

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТАМОЖЕННО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНАЛОВ НА ПРИМЕРЕ АО «ТАСКОМ»

Petrushina Oksana Mikhailovna,

PhD in economics, associate Professor

Kaluga state University they. K. E. Tsiolkovsky, Russia, Kaluga

Arakelian Viktoria Igorevna,

student, 5th year,

Kaluga state University they. K. E. Tsiolkovsky, Russia, Kaluga

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF CUSTOMS AND LOGISTICS TERMINALS ON THE EXAMPLE OF JSC "TUSK»

Аннотация.

Терминально-логистическая компания «ТАСКОМ» одна из ведущих компаний Калужской области и Московского региона по оказанию услуг в сфере внешнеэкономической деятельности, включая таможенное оформление, услуги СВХ, хранение, обработку и транспортировку грузов, страхование и консалтинг. В данной статье проанализирована структура таможенно-логистической деятельности АО «Таском» и развитие таможенных терминалов. Рассмотрены вопросы хранения товаров на складе временного хранения, а также согласование особенностей поставки товаров.

Abstract.

Terminal logistics company "TASCOM" is one of the leading companies in the Kaluga region and the Moscow region to provide services in the field of foreign economic activity, including customs clearance, warehouse services, storage, processing and transportation of goods, insurance and consulting. This article analyzes the structure of customs and logistics activities of JSC "taskom" and the development of customs terminals. The issues of storage of goods in a temporary storage warehouse, as well as the coordination of the supply of goods.

Ключевые слова: *Таможенный контроль, таможенно-логистический терминал, хранение товаров, складской комплекс, погрузочно-разгрузочные работы, утилизация, внешняя среда, стоимостные объемы импорта, экспортные поставки, конкурентоспособность, кадровая политика, корпоративная культура, информационные технологии*

Keywords: *Customs control, the customs-logistic terminal, goods storage, warehouse, handling, recycling, environment, value of imports, exports, competitiveness, personnel policies, corporate culture, information technologies*

Терминально-логистическая компания (ТЛК) «ТАСКОМ» одна из ведущих компаний Калужской области и запада Московского региона по оказанию услуг в сфере внешнеэкономической деятельности, включая таможенное оформление, услуги СВХ, хранение, обработку и транспортировку грузов, страхование и консалтинг.

Качество услуг по терминальной обработке ТЛК ТАСКОМ подтверждается долгосрочными отношениями и контрактами с такими требовательными клиентами как PSA Peugeot-Citroen, Samsung, L'Oreal, Nestle, LG, Avon, Ruukki, Lotte, KT&G, Русский Продукт, Wolgsvagen, Rexam, НЛМК и другими.

По оценкам специалистов, затраты на перемещение материальных товаров в сфере международного товарообмена составляют порядка 25–35% от цены их продаж, в то время как подобные затраты

на внутреннем рынке не превышают 8–10% от стоимости товаров, предназначенных для отгрузки.

В связи с этим, возникает необходимость минимизации временных и финансовых затрат при прохождении товарными потоками таможенных границ сопредельных государств и уменьшения внешнеторговых рисков.

Достижение этой цели невозможно без применения инструментария логистики в таможенной сфере, совершенствования таможенного администрирования и формирования современной таможенно-логистической инфраструктуры, создающей максимально благоприятные условия для функционирования непосредственных участников внешне-торговой деятельности

ТЛК «ТАСКОМ» располагает развитой грузовой терминальной инфраструктурой: железнодоро-

рожные, контейнерные и автомобильные терминалы, в том числе склады временного хранения (СВХ), предназначенные для размещения товаров, находящихся под таможенным контролем.

АО «Таском» является юридическим лицом, имеет в оперативном управлении обособленное имущество, отраженное на самостоятельном балансе, отвечает по своим обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Все виды деятельности осуществляются в соответствии с действующим законодательством.

Рассматривая экономические показатели, можно заметить, что в 2018 году наблюдается рост выручки на 63,31% и рост себестоимости на 58,18% по отношению к 2017 году, что привело к убытку в 2017 году за счет роста управленческих расходов в размере 43829 тыс. рублей. АО «Таском» увеличило свое имущество на балансе 118187 тыс. руб., причем, как за счет внеоборотных, так и оборотных активов, при этом основные средства на балансе организации в 2018 году увеличились на 92,65%, основу внеоборотных активов составляют денежные средства и дебиторская задолженность и увеличились на 45,64%.

Рост оборотных активов в 2018 году на 77586 тыс. руб. вызван ростом денежных средств на 88196 тыс. руб.

Объем продаж увеличился в 2018 году на 63,31% по отношению к 2017 году при снижении дебиторской задолженности на 7,27% и снижением запасов на 0,5%, что говорит о списании как запасов, так и дебиторской задолженности.

Фондоотдача основных средств снизилась в 2017 году, что говорит о снижении эффективности использования основных средств в АО «Таском».

Для АО «Таском» характерно с одной стороны ухудшение платежной дисциплины по отношению к кредиторам, так как оборачиваемость кредиторской задолженности снижается, с другой стороны, коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности (3,560) ниже коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности (6,028), что говорит о том, что финансирование деятельности организации не осуществляется за счет кредиторов, в то время как оборачиваемость дебиторской задолженности составляет 59,72 дня. Производительность труда в организации в 2018 году увеличилась на 60,35%, при этом рентабельность в 2018 году также увеличилась, что отражается с одной стороны на росте выручки в 2018 году, с другой стороны на росте чистой прибыли организации. Можно видеть, что силы, определяющие развитие АО «Таском» две – потребители и действующие конкуренты. Ниже проведем их подробный анализ. То есть на рынке имеется диктат потребителей и сильное влияние конкурентов. В данный момент АО «Таском» занимает одну из лидирующих позиций в логистической отрасли по Калуге и области.

На территории складов временного хранения (СВХ) ТЛК «ТАСКОМ» оказываются услуги по размещению грузов в ЗТК, погрузо-разгрузочные операции, хранение, проведение таможенного досмотра, ветеринарный и фитосанитарный контроль.

Услуги СВХ ТЛК «ТАСКОМ» включают:

-Круглосуточное помещение грузов в зону таможенного контроля (ЗТК);

-Проведение операций, связанных с процедурой закрытия/доставки;

-Организация работ по приему, учету, выдаче товаров и транспортных средств после завершения таможенного оформления (с составлением ДО-1, ДО-2);

-Организация проведения таможенного досмотра, в т.ч. с полной выгрузкой;

-Хранение товаров на складе временного хранения (СВХ);

-Хранение товаров без фактической выгрузки на открытой площадке СВХ;

-Хранение ж/д вагонов, крупнотоннажных контейнеров до завершения таможенного оформления;

-Хранение транспортных средств, на которые выдаются ПТС, ПШТС, ПСМ.

АО «Таском» конкурентоспособна относительно конкурентов и занимает лидирующую позицию на рынке Калужской области. В ассортименте компании – максимум логистических услуг. АО «Таском» ведет гибкую ценовую политику, делает логистику доступной для всех потребителей.

Существует в АО «Таском» ряд значительных недостатков, снижающих эффективность бизнес-процессов: слабая маркетинговая политика в сфере продвижения продуктов и услуг, существует также и проблема персонала, который в своем составе имеет еще и низкоквалифицированных работников, существует и нехватка работников, особую проблему представляет недостаточная информатизация бизнес-процессов АО «Таском».

Расчеты показывают, что для АО «Таском» характерна оборонительная стратегия и в рамках этой стратегии необходимы мероприятия, совершенствующие деятельность АО «Таском».

Приоритетными задачами предприятия на данный момент являются формирование маркетинговой стратегии, оптимизация деятельности подразделений, повышения квалификации и активности персонала.

Таким образом, АО «Таском» имеет в оперативном управлении обособленное имущество, отраженное на самостоятельном балансе, отвечает по своим обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Бальный анализ Калужского отделения АО «Таском» показывает благоприятную внешнюю среду по всем группам факторов, кроме политических, это связано с ростом экспорта-импорта, в том числе, в Калужской области, что ведет к росту спроса на услуги АО «Таском».

Используемые источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от (ГК РФ ч. 1) (изм. 01.01.2019) [Электронный ресурс] URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения 12.04.2019);

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/ (дата обращения 12.04.2019);

2. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 N 54 (ред. от 31.01.2018) «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического

союза» (с изм. и доп., вступ. в силу 24.03.2018) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133133/ (дата обращения 11.02.2019);

3. Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21.04.2015 №30 (ред. от 13.12.2017) «О мерах нетарифного регулирования» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_178556/ (дата обращения 07.03.2019);

4. Решение Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 N 378 (ред. от 14.11.2017) «О классификаторах, используемых для заполнения таможенных деклараций» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_70913/ (дата обращения 04.03.2019);

5. <http://customs.ru> – Сайт Федеральной таможенной службы.

УДК. 338.12

Петрушина Оксана Михайловна,

к.э.н., доцент

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
Россия, г. Калуга*

Аракелян Виктория Игоревна,

Студентка 5 курса,

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
Россия, г. Калуга*

**РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ТАМОЖЕННО-
ЛОГИСТИЧЕСКОГО ТЕРМИНАЛА АО «ТАСКОМ»**

Petrushina Oksana Mikhailovna,

PhD in economics, associate Professor

Kaluga state University they. K. E. Tsiolkovsky, Russia, Kaluga

Arakelyan Viktoria Igorevna

Student 5th year,

Kaluga state Universitythey. K. E. Tsiolkovsky, Russia, Kaluga

**DEVELOPMENT OF PROPOSALS TO IMPROVE CUSTOMS AND LOGISTICS TERMINAL AO
«TASCOM»**

Аннотация.

В условиях сложившейся сложной современной экономической ситуации мнение клиента является для АО «Таском» определяющим в развитии и влияющим в конечном итоге на эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации. Для непосредственного управления цепями поставок, запасами, обработкой заказов, страхованием грузов, консолидация отправок и пр. необходима эффективная информационная система.

Abstract.

In the current difficult economic situation, the client's opinion is decisive for JSC " taskom " in the development and ultimately affecting the efficiency of financial and economic activities of the organization. For direct management of supply chains, stocks, order processing, cargo insurance, consolidation of shipments, etc., an effective information system is needed.

Ключевые слова: *Страхование грузов, транспортные услуги, товары, поставщики, график доставки, управление грузами, склады, страхование грузов, финансово-хозяйственная деятельность, поставки товаров*

Keywords: *cargo Insurance, transport services, goods, suppliers, delivery schedule, cargo management, warehouses, cargo insurance, financial and economic activities, delivery of goods*

Необходимость коренного изменения международного положения Российской Федерации, ее места в системе мировых хозяйственных связей, а также негативные последствия глобального финансового кризиса для экономик большинства стран определяют актуальность разработки новых подходов к регулированию внешнеторговых потоковых процессов. Как показывает практический опыт развития внешней торговли, операции по перемещению товарно-материальных ценностей на мировом рынке являются более дорогими и сложными, чем аналогичные операции, выполняемые на национальном рынке в сфере внутренней торговли.

Так, по оценкам специалистов, затраты на перемещение материальных товаров в сфере международного товарообмена составляют порядка 25–35% от цены их продаж, в то время как подобные затраты на внутреннем рынке не превышают 8–10% от стоимости товаров, предназначенных для отгрузки.

В связи с этим, возникает необходимость минимизации временных и финансовых затрат при прохождении товарными потоками таможенных границ сопредельных государств и уменьшения внешнеторговых рисков.

Достижение этой цели невозможно без применения инструментария логистики в таможенной сфере, совершенствования таможенного администрирования и формирования современной таможенно-логистической инфраструктуры, создающей максимально благоприятные условия для функционирования непосредственных участников внешне-торговой деятельности.

Активизация экономической деятельности вызвало многократный рост товарных, материальных, финансовых и информационных потоков между производителями и потребителями. Эффективное управление потоками стало невозможным в рамках конкретных организаций, и было передано специализированным логистическим компаниям.

Таким образом, логистика превратилась в отдельную отрасль экономики и в зависимости от числа функций, переданных логистическим компаниям, происходит классификация таких компаний. Фактически логистические функции отдаются таким компаниям на аутсорсинг, который позволяет использовать опыт профессионалов, снизить риски и затраты, увеличивая отдачу вложенных средств.

В условиях сложившейся сложной современной экономической ситуации мнение клиента является для АО «Таском» определяющим в развитии и влияющим в конечном итоге на эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации.

Для непосредственного управления цепями поставок, запасами, обработкой заказов, страхованием грузов, консолидация отправок и пр. необходима эффективная информационная система. Такой системой является система ECR или система эффективного реагирования на потребителя (Efficient Customer Response, ECR).

ECR фиксирует потребительский спрос и формирует ответ на этот спрос в виде поставок для удо-

влетворения спроса, контролируя все цепочки поставок, от поставщиков и до конечного потребителя.

ECR в первую очередь управляет информационным потоком, осуществляя обмен информацией между поставщиком и клиентом.

В условиях АО «Таском» возможное использование системы ECR может привести к снижению цен на транспортные услуги для ключевых клиентов благодаря тому, что ECR не дает грузам оставаться, они постоянно находятся в логистическом движении, кроме того, ECR способна сделать логистические услуги более эффективными, за счет полной информации, необходимой для разработки этих услуг. Эта система тем самым снижает число неудачных услуг.

Если клиенту понадобились логистические услуги АО «Таском», то он сообщает об этом в компанию в режиме реального времени. На основе полученной информации запускается логистический процесс для удовлетворения потребности клиента. Этот процесс направлен на эффективное использование транспортных мощностей.

Система ECR будет функционировать в АО «Таском» следующим образом:

1. Вся информация о продажах от клиентов АО «Таском» немедленно фиксируется на сервере АО «Таском».

2. Полученная информация передается непосредственно поставщикам товаров, которые нужно перевезти АО «Таском», затем корректируется график доставки продукции с целью пополнения запасов клиентов АО «Таском». Это позволяет сократить время реагирования на запросы клиентов АО «Таском».

В результате предполагается достигнуть следующих эффектов:

- оптимизировать график доставки АО «Таском» для ключевых клиентов и загрузенность транспорта;

- усовершенствовать логистический сервис для клиентов.

Управление поставками основывается на постоянном обмене информацией между АО «Таском» и клиентами, следовательно, необходима информационная система для оперативной передачи данных - система электронного обмена данными (EDI). Система EDI входит в модуль ECR.

Рассчитаем эффективность внедрения системы ECR с электронным обменом данными (EDI) в АО «Таском».

Миссия проекта - обеспечение клиентов АО «Таском» качественными логистическими услугами класса 3PL.

Цель данного проекта – внедрение CRM АО «Таском», которая включает такие модули, как ECR и EDI, описанные выше.

Продукт проекта – CRM (ECR+EDI) система АО «Таском» для работы с клиентами.

Чтобы АО «Таском» смогло стать полноценным оператором необходимо внедрить информатизацию всех бизнес-процессов класса 3PL, в пер-

спективе 4PL, а именно предлагается внедрить интернет-приемную и специальную CRM систему для работы с клиентами.

Благодаря интернет-приемной существенно повысится качество работы с клиентами: сотрудники АО «Таском» будут осуществлять дистанционное обслуживание клиентов ТЛТ: информировать их о логистических и таможенных услугах, разбирать претензии, предоставлять данные о стоимости тех или иных услуг и рассчитывать совокупную стоимость услуг ТЛТ. С помощью интернет-приемной руководством АО «Таском» будет осуществляться мониторинг и контроль деятельности персонала ТЛТ.

Посредством интернет-приемной будут обсуждаться вопросы управления грузами, обработки заказов, предоставление сведений о заполненности ТЛТ и его складов и площадок, страхования грузов, консолидация отправок грузов и пр.

Практически, посредством интернет-приемной, ключевой клиент получит персонального менеджера из числа сотрудников АО «Таском».

Для непосредственного управления цепями поставок, запасами, обработкой заказов, страхованием грузов, консолидация отправок и пр. необходима эффективная информационная система - система ECR или система эффективного реагирования на потребителя.

В условиях АО «Таском» возможное использование системы ECR может привести к снижению цен на транспортные услуги для ключевых клиентов благодаря тому, что ECR не дает грузам оставаться в логистическом движении, кроме того, ECR способна сделать логистические услуги более эффективными, за счет полной информации, необходимой для разработки этих услуг. Эта система тем самым снижает число неудачных услуг.

Управление поставками основывается на постоянном обмене информацией между АО «Таском» и клиентами, следовательно, необходима информационная система для оперативной передачи данных - система электронного обмена данными (EDI). Система EDI входит в модуль ECR.

Таким образом, можно сделать вывод, что переход на аутсорсинг позволит внедрить лучшие

технологии и решения, что способствует повышению конкурентоспособности компании.

Владелец бизнеса получает возможность сосредоточиться на профессиональной деятельности, не тратя при этом время и силы на организацию поставок.

В условиях АО «Таском» возможное использование системы ECR может привести к снижению цен на транспортные услуги для ключевых клиентов благодаря тому, что ECR не дает грузам оставаться в логистическом движении, кроме того, ECR способна сделать логистические услуги более эффективными, за счет полной информации, необходимой для разработки этих услуг. Эта система тем самым снижает число неудачных услуг.

Используемые источники:

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/ (дата обращения 10.04.2019);

2. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 N 54 (ред. от 31.01.2018) «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза» (с изм. и доп., вступ. в силу 24.03.2018) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133133/ (дата обращения 15.02.2019);

3. Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21.04.2015 №30 (ред. от 13.12.2017) «О мерах нетарифного регулирования» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_178556/ (дата обращения 07.04.2019);

4. Решение Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 N 378 (ред. от 14.11.2017) «О классификаторах, используемых для заполнения таможенных деклараций» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_70913/ (дата обращения 04.03.2019);

5. <http://customs.ru> – Сайт Федеральной таможенной службы.

Арзумян Алина Арамовна
студентка факультета Финансы и Кредит
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина
Краснодар
Дикарева Ирина Анатольевна
старший преподаватель кафедры «Денежного обращения и кредита»

РОССИЙСКИЙ РЫНОК АКЦИЙ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Arzumanyan Alina Aramovna
Student of Finance and Credit
Kuban State Agrarian University behalf of I.T. Trubilina, Krasnodar
Dikareva Irina Anatolyevna
Senior Lecturer at the Department of «Money Circulation and Credit»

RUSSIAN STOCK MARKET: MODERN CONDITION, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы функционирования российского фондового рынка в современных условиях, исследована динамика и тенденции развития в настоящее время. На основе полученных результатов сформулированы перспективы развития российского рынка акций.

Abstract

The article deals with the problems of the functioning of the Russian stock market in modern conditions, the dynamics and development tendencies are studied at present. Based on the results obtained, the prospects for the development of the Russian stock market are formulated.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, торги на бирже, проблемы и перспективы развития РЦБ.

Keywords: stock market, trading on the exchange, problems and prospects for the development of the securities market.

Современная рыночная экономика характеризуется не только рынками товаров и рабочей силы, но и рынком капитала, который обеспечивает государство денежной наличностью и предоставляет возможность корпорациям и отдельным лицам получать доход от размещения их временно свободных денежных средств.

В структуре рынка капитала важное место занимает рынок ценных бумаг, характеризующийся особым специфическим товаром – ценными бумагами.

Российский рынок акций является важной частью отечественного рынка ценных бумаг. Размещение акций на первичном и вторичном рынках ценных бумаг позволяет акционерным обществам привлекать для своего развития дополнительные источники финансовых ресурсов. Инвесторы, приобретающие акции, имеют право на получение прибыли, а также право на управление компанией.

В России выбрана смешанная модель фондового рынка, на котором одновременно и с равными правами присутствуют и коммерческие банки, имеющие все права на операции с ценными бумагами, и небанковские инвестиционные институты.

Современное состояние рынка ценных бумаг говорит о том, что он уже достаточно организован, подвергается контролю специальным органом государственного регулирования – Федеральной

службой РФ по финансовым рынкам – это коллегиальный орган в составе Правительства РФ, имеющий большие полномочия в области координации, разработке стандартов, лицензирования профессиональных участников, установления квалификационных требований и т.д. [7, с. 342]

Главными задачами рынка ценных бумаг считаются обеспечение межотраслевого перенаправления инвестиционных средств, привлечение инвестиций на российские предприятия и организация условий для активизирования накоплений и дальнейшего их инвестирования. На современном этапе большой объем операций с ценными бумагами осуществляется посредством биржевых торгов на специальных торговых площадках.

Современное состояние рынка ценных бумаг говорит о том, что общий объем торгов на рынках Московской биржи в марте 2019 года составил 66,4 трлн. рублей. Лучшую динамику продемонстрировал рынок репо с клиринговыми сертификатами участия (рост 62,2%) и рынок репо с центральным контрагентом (рост 12,1%). Объем торгов на фондовом рынке в марте составил 2 497,6 млрд. рублей (3 089,2 млрд. рублей в марте 2018 года). Объем торгов акциями, депозитарными расписками и паями составил 768,6 млрд. рублей (884,7 млрд. рублей в марте 2018 года). Среднедневной объем торгов составил 38,4 млрд. рублей (42,1 млрд. рублей в марте 2018 года). [5]

Объем торгов корпоративными, региональными и государственными облигациями составил 1

729,0 млрд. рублей (2 204,6 млрд. рублей в марте 2018 года). Среднедневной объем торгов – 86,4 млрд. рублей (105,0 млрд. рублей в марте 2018 года). [3, с. 145]

В марте на фондовом рынке Московской биржи размещены 70 облигационных займов на общую сумму 1 387,7 млрд. рублей (включая объем размещения однодневных облигаций на 436,7 млрд. рублей).

Рассмотрев современное состояние российского рынка ценных бумаг и особенности его формирования можно выделить некоторые проблемные места российского рынка, которые не позволяют ему считаться развитым и тормозят его развитие.

Можно выделить следующие ключевые проблемы развития российского фондового рынка, которые требуют первоочередного решения [1, с. 76]:

1. Преодоление негативного влияния внешних факторов, т.е. хозяйственного кризиса, политической и социальной нестабильности.

2. Целевая переориентация рынка ценных бумаг с первоочередного обслуживания финансовых запросов государства и перераспределения крупных пакетов акций на выполнение своей главной функции — направление свободных денежных ресурсов на цели восстановления и развития производства в России.

3. Усовершенствование законодательства и контроль за его выполнением.

4. Повышение значимости государства на фондовом рынке, для чего необходимо:

а) создание государственной долгосрочной концепции и политики действий в области восстановления рынка ценных бумаг и его текущего регулирования (окончательный выбор модели фондового рынка), а также определение доли источников финансирования хозяйства и бюджета за счет выпуска ценных бумаг;

б) необходимость преодоления раздробленности и пересечения функций многих государственных органов, регулирующих рынок ценных бумаг;

в) ускоренное, опережающее создание жесткой регулятивной инфраструктуры рынка и ее правовой базы;

г) создание системы отчетности и публикации макро — и микроэкономической информации о состоянии рынка ценных бумаг;

д) гармонизация российских и международных стандартов, используемых на рынке ценных бумаг и т.д.

Проблемы развития рынка ценных бумаг также связаны [6, с. 1479]:

1) с незначительным объемом финансирования экономики при помощи механизмов фондового рынка (в Российской Федерации – менее 6%, а в странах с развитой рыночной экономикой – до 20%);

2) малым удельным весом реального капитала на финансовом рынке;

3) недостатком современной модернизированной системы центров клиринговых расчетов, депозитариев, автономных регистраторов;

4) юридической неготовностью фирм к заключению договоров с партнерами с учетом всевозможных убытков, которые могут возникнуть из-за внезапных изменений на рынке;

5) неимением общих общероссийских классификаторов операций, технологий банков и бирж, которые соответствуют мировым стандартам.

Прогноз развития российских финансовых рынков до 2020 г. непосредственно связан с оценками, как ключевых макроэкономических показателей, так и развития денежной сферы и банковского сектора.

В настоящий момент экономику России можно охарактеризовать нестабильностью во внутренней политике, также имеет место бюджетный дефицит, что приводит к падению курса национальной валюты, увеличению доходности государственных долговых обязательств и к угрозе экономического провала. Как известно, развитие РЦБ крайне щепетильно к событиям такого характера, поэтому изменение котировок ценных бумаг – показатель, подходящий для оценки произошедших последствий [2, с. 658].

Перспективные направления развития РЦБ в России [4, с. 85]:

а) усовершенствование структуры нормативно-правовых актов: обеспечение должной защиты прав инвесторов, определение четких санкций, применяемых в случае безлицензионной деятельности, выпусков суррогатов ценных бумаг, более тщательное регулирование отношений, связанных с «инсайдерскими сделками» и манипулированием ценами на рынке.

б) модернизация первичного и вторичного рынка ценных бумаг;

в) повышение качества контроля страны за фондовым рынком;

г) развитие рынка корпоративных ценных бумаг и рынка муниципаль-ных заимствований;

д) расширение инфраструктуры рынка ценных бумаг и его информационного обеспечения;

е) предоставление открытой информации. Это необходимо для того,

чтобы участники рынка принимали решения, основываясь на своих оценках реальных фактов, не опираясь на догадки и слухи.

Дальнейшими перспективами развития рынка акций заключается в развитии в модернизации данного рынка. Это обусловлено глубинной связью между явлениями, затрагивающими основные отрасли экономики, и их отражением в финансовой сфере.

Национальная модель рынка акций носит пока еще формирующийся и промежуточный характер. Более того, в условиях современной посткризисной ситуации слабость коммерческих банков в России стала особенно очевидной, а теоретическая дискуссия о принципиальном характере национальной модели корпоративного управления лишилась своей основы. Необходимо также принять во внимание

наметившиеся в мире тенденции к сближению различных типов финансовых систем. В любом случае уже сегодня очевидно, что в России идет активный процесс формирования собственной модели рынка, которая должна вобрать в себя все лучшее, что уже создано в мире.

Список литературы:

1. Анесянц, Г.В. Основы функционирования рынка ценных бумаг / Г.В. Анесянц. – М.: ЭБТ-Контур, 2017. С. 76-78.
2. Методологические особенности ценообразования в интегрированных структурах Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам 71-й научно-практической конференции преподавателей по итогам НИР за 2015 год. Ответственный за выпуск А. Г. Кошцаев. 2016. С. 658-659.
3. Ведев А. Прогноз развития финансовых рынков РФ до 2020 года / А. Ведев, Ю. Данилов. – М.: Изд. - Ин-та Гайдара, 2012. С. 145-146.
4. Формирование стратегии государственного регулирования инновационной деятельности
5. Сабанчиев А.Х., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. В сборнике: Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей победителей III Международной научно-практической конференции. 2017. С. 85-88.
5. Проект Банка России. Основные направления развития финансового рынка российской федерации на период 2019–2021 годов [Электронный ресурс]. – Москва, 2018. – Режим доступа: [https://www.cbr.ru/Content/Document/File/44185/onf_r_2019-21\(project\).pdf](https://www.cbr.ru/Content/Document/File/44185/onf_r_2019-21(project).pdf).
6. Мировой рынок золота: особенности и тенденции развития Дикарева И.А., Лишута Е.А. В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. Отв. за вып. А. Г. Кошцаев. 2017. С. 1479-1480.
7. Кевеш А.Л. Инвестиции в России. 2017: стат. сб. / А.Л. Кевеш, И.В. Безрукавая, В.А. Бессонов, Н.А. Власенко, И.А. Кириченко.: стат.сб./ Росстат. - М., 2017. С. 342-343.

Ahmadi Sayed Fahim

Bachelor of business administration

Indian Institute of management and engineering

THE ROLE OF FINANCIAL INSTITUTIONS IN POVERTY REDUCTION IN AFGHANISTAN

Ахмади Сайд Фахим

Бакалавр делового администрирования

Индийский институт менеджмента и инженерии

РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В СОКРАЩЕНИИ МАСШТАБОВ НИЩЕТЫ В АФГАНИСТАНЕ

Abstract.

This research was aimed at assessing the role of financial institutions in poverty reduction in Afghanistan through Financial Institutions. The study focused on FMFB BANK as a cases study and involved clients and members of staff of FMFB Bank as respondents of the study. The methodology used to conduct this study included the use of various data collection tools such as questionnaires and interviews. The study used primary data collection methods such as; observation, interviews and questionnaires. The study also used secondary data collection methods such as documentation to collect data.

The researcher concludes that FMFB Bank helps to alleviate poverty by offering banking services, providing business training, providing loans and other credit facilities and providing business advice and supervision. Financial services offered by FMFB include loans, holding deposits and money transfer services. In order to fulfil their role in alleviating poverty, the researcher recommends that financial institutions such as FMFB Bank should start offering credit management training to SMEs, and the government should support financial institutions because in doing so they will be in a better position to assist more people to alleviate poverty.

Аннотация.

Это исследование было направлено на оценку роли финансовых учреждений в сокращении масштабов нищеты в Афганистане через посредство финансовых учреждений. Исследование было посвящено fmfb BANK в качестве тематического исследования и включало клиентов и сотрудников Fmfb Bank в качестве респондентов исследования. Методология проведения данного исследования включала использование различных средств сбора данных, таких как анкеты и интервью. В исследовании использовались такие методы сбора первичных данных, как наблюдение, интервью и вопросники. В исследовании также использовались вторичные методы сбора данных, такие как документация для сбора данных.

Исследователь приходит к выводу, что Fmfb Bank помогает облегчить бедность, предлагая банковские услуги, обеспечивая бизнес-обучение, предоставляя кредиты и другие кредитные услуги и предоставляя бизнес-консультации и надзор. Финансовые услуги, предлагаемые FMFB, включают кредиты, депозиты и услуги по переводу денег. Для того чтобы выполнить свою роль в сокращении масштабов нищеты, исследователь рекомендует финансовым учреждениям, таким как банк FMFB, начать предлагать МСП

обучение управлению кредитами, а правительство должно поддерживать финансовые учреждения, поскольку при этом они будут в лучшем положении для оказания помощи большему числу людей в целях сокращения масштабов нищеты.

Keywords: *Afghanistan, Economic, poverty, FMFB bank, financial, reduction, problem.*

Ключевые слова: *Афганистан, экономика, бедность, банк FMFB, финансовый, сокращение, проблема.*

A Brief Introduction about the Role of Financial Institute in Poverty Reduction in Afghanistan

Poverty is a serious social problem in Asian countries and Afghanistan in particular. Just like development, poverty is complex and multidimensional in nature. As it was evidenced in the statistics on the status of poverty in Afghanistan lend a hand in demonstrating the intensity of the problem. Since independence Afghanistan has struggled to make poverty **Afghanistan** national language is Pashto/Dari officially the Islamic Republic of Afghanistan, is a landlocked country located within South Asia and Central Asia. Afghanistan is bordered by Pakistan in the south and east; Iran in the west; Turkmenistan, Uzbekistan, and Tajikistan in the north; and in the far northeast, China and the Pakistani-administered Gilgit-Baltistan which is claimed by India. Its territory covers 652,000 square kilometers (252,000 sq mi) and much of it is covered by the Hindu Kush mountain range, which experience very cold winters. The north consists of fertile plains, whilst the south-west consists of deserts where temperatures can get very hot in summers. Kabul serves as the capital and its largest city.

Human habitation in Afghanistan dates back to the Middle Paleolithic Era, and the country's strategic location along the Silk Road connected it to the cultures of the Middle East and other parts of Asia. The land has historically been home to various peoples and has witnessed numerous military campaigns, including those by Alexander the Great, Mauryas, Muslim Arabs, Mongols, British, Soviet, and since 2001 by the United States with NATO-allied countries. It has been called "unconquerable" and nicknamed the "graveyard of empires" The land also served as the source from which the Kushans, Hephthalites, Samanids, Saffarids, Ghaznavids, Ghorids, Khaljis, Mughals, Hotaks, Durranis, and others have risen to form major empires.

The political history of the modern state of Afghanistan began with the Hotak and Durrani dynasties in the 18th century. In the late 19th century, Afghanistan became a buffer state in the "Great Game" between British India and the Russian Empire. Its border with British India, the Durand Line, was formed in 1893 but it is not recognized by the Afghan government and it has led to strained relations with Pakistan since the latter's independence in 1947. Following the Third Anglo-Afghan War in 1919 the country was free of foreign influence, eventually becoming a monarchy under King Amanullah, and later for 40 years under Zahir Shah. In the late 1970s, Afghanistan in a series of coups first became a socialist state and then a Soviet Union protectorate. This evoked the Soviet-Afghan War in the 1980s against rebels. By 1996 most of Afghanistan was captured by the fundamentalist Islamic group the Taliban, who ruled most of the country as a totalitarian regime

for almost five years. The Taliban were forcibly removed by the NATO-led coalition, and a new political structure was formed.

Afghanistan is a unitary presidential Islamic republic with a population of 35 million, mostly composed of ethnic Pashtuns, Tajiks, Hazards and Uzbeks. It is a member of the United Nations, the Organization of Islamic Cooperation, the Group of 77, the Economic Cooperation Organization, and the Non-Aligned Movement. Afghanistan's economy is the world's 108th largest, with a GDP of \$64.08 billion; the country fares much worse in terms of per-capita GDP (PPP), ranking 167th out of 186 countries in a 2016 report from the International Monetary Fund.

Background to the Study of Poverty Reduction in Afghanistan

Poverty is defined as multi-dimensional with complex interactive and causal relationships between the dimensions. For purposes of the Afghanistan poverty Reduction strategy, poverty is defined as unacceptable physiological and social deprivation. This may be caused by; lack of macro-economic stability that erodes the resources of the poor through inflation and other variables, the inability of the national economy to optimize benefits within the global system, low capacities through lack of education, vocational skills, entrepreneurial abilities, poor health and poor quality of life. Low levels of consumption through lack of access to capital, social assets, and land and market opportunities. The habits and conventions based upon superstition and myths giving also may give rise to anti social behavior. Also the lack of capacity of the poor to influence social processes, public policy choices and resource allocations.

Financial institutions are important in the provision of financial and banking services to low income households. Financial Institutions performs three major functions in relations to its customers and general economic development of the country. In particular, these functions are collecting savings from its customers, giving loans to its customer's borrowers and giving financial and non financial advice to its customers in order to facilitate their customers to utilize well the micro loans they have borrowed from those financial Institutions. In some cases, some government and private institutions may also give financial assistance to Banks like National Bank (NB), De Afghanistan Bank (DAB) in order to enable them to give micro loans to more customers.

Afghanistan and its poverty

Afghanistan is one of the most impoverished nations in Asia. With 36% of its population living below the poverty line, in Asia, poverty in Afghanistan is only second to Bangladesh.

Poverty is most heavily concentrated in the rural areas of Afghanistan. While 90% of urban households have access to electricity, only 29% of rural households do. Additionally, 58% of urban households have access to safe water, but only 19% of rural homes do.

Illiteracy is also most prevalent in rural areas. The province of Paktia, a rural province located on Afghanistan's south border, has an illiteracy rate of 73%. Most of its jobs are concentrated in agriculture, with 71% of all employment found in that sector. Its poverty rate stands at 76%.

The lowest rates of poverty occur in Afghanistan's urban areas. The province of Kabul has a poverty rate of 29% while 36% of Afghans in rural areas and 54% of nomadic Afghans live in poverty. The World Bank has found that "the higher the human capital endowment of the household head, the lower the risk for the household to be poor." Thus, those who live in rural areas in Afghanistan and have less access to education have a higher risk of living in poverty.

To address the problem of poverty, Afghanistan must improve school enrollment rates. Only a minority of children are enrolled in primary school in Afghanistan. A meager 36% of the poorest Afghans attend primary school, while 46% of the richest Afghans do. Additionally, 43% of boys are enrolled in primary school, while only 31% of girls are.

The effects of the lower school attendance rates of females are evident in women's literacy rates in Afghanistan. In seven of Afghanistan's 34 provinces, the female literacy rate is 1%. Even in Afghanistan's most educated province of Kabul, where the overall literacy rate is 47%, the female literacy rate is only 30%.

History of Financial Institutions in Afghanistan

For the first time in Afghanistan the taxes was given importance in the role of Ahmad shah Baba as a president. In the year 1140 solar several governmental offices were established including the Ministry of Finance which was named (Humayon Alla). The 1st incumbent of the mentioned Ministry was Abdullah Khan Popalzai who was named as Dewan Begi and later on was famous by the name of Mustafawi Almalik was hired and selected. His authority was equal with today's minister Mustafawi Almalik enhanced the provincial financial system and was monitoring and responsible for the overall financial and accounting issues of the country.

In the beginning of years 1000-1200, the taxes were collected in the shape of physical goods and through this method the salaries of government employees have been asked to be paid by the land owners and employees would go to the land owners to get the mentioned goods in relation to the order that have been given by the government in terms of the payment. Until the kingdom of Habibullah Khan the financial system and taxes was not identified properly. In the year 1298 solar in the role of Zaman_ullah khan the physical goods tax was changed in to direct tax money payment and finally ministry of Finance was established. And the financial systems were built in the year 1965 solar and introduced in Afganistan with many different types

of financial systems. In the last years a lot of huge changes accrued financial systems.

According to CM (Council of ministers) approval number 152 dated 3/2/1318, Wolesi Jirga (House of Representatives) approval number 11 dated 19/6/1318, Meshrano Jirga (House of Elders) historical approval dated 12/6/1318 and then-king's approval number 1317/5280 dated 17/11/1318, Da Afghanistan Bank was established in capital Kabul with initial asset of 120 million Afghans, which, with its defined authorities and responsibilities, was able to set up its branches and subsidiaries inside and outside the country.

Afghanistan's banking system was first founded with the institution of Bank Millie Afghan in 1312 HS, which was managing Afghanistan's state banking affairs before the establishment of Da Afghanistan Bank. After DAB's establishment, state banking responsibilities were transferred from Bank Millie Afghan to Da Afghanistan Bank.

As of establishment date until 1380 HS, Da Afghanistan Bank was carrying out commercial activities as other commercial banks alongside managing of state banking affairs. But after 1381 HS and as per article 12 of Afghanistan Constitution, Da Afghanistan Bank as an independent institution with its specific duties, goals and responsibilities promoted to as Central Bank of the country.

Based on DAB law, stability of price is the primary objective of this bank and therefore devising, implementing and adopting of monetary policies, foreign currency policy and provision, printing of banknotes and minting of coins are considered among Central Bank duties. Furthermore, as the banker and the financial institution of the state, DAB, according to the law, issues licenses to and supervises banks, FX dealers, financial services providers and securities and provides safe and sound payment system as well.

Contextual Framework Banks Providing Finance

The principal providers of financial services to the poor and low-income households in the rural and urban areas of Afghanistan consist of licensed commercial banks, regional and rural unit banks; savings and credit cooperative societies; and several NGOs whose micro-credit delivery operations are funded and supported with technical assistance by international donors (Cooper and Schindler, 2001). Some banks within Afghanistan have started providing financial services to a majority of the low-income population either directly or indirectly through linkages with NGOs or savings and credit institutions as a viable poverty reduction.

Role of Financial Institutions in Poverty Reduction

The literature on the role of the financial sector in poverty reduction is scanty, although there have been several case studies on how financial institutions in selected countries have designed programs or introduced products to specifically target the poor in the society to enhance access to credit for productive activity and improvement in their economic well-being (Sebstad and Cohen, 2001; Chijoriga 2000). Over the past two decades new approaches known collectively as MICRO FINANCE have emerged that apply sound economic

principles in the provision of financial services to low income customers. Examples abound in countries like Afghanistan and Kenya, which provide financial products that match the needs of low-income clients, using innovative collective monitoring to strengthen repayment performance and charging interest rates that cover operational costs.

It is important to underline the fact that easy access to credit is more beneficial to this category of borrowers than interest rate subsidy. Targeted public sector rural credit programs, especially if they are subsidized, benefit the non-poor far more than the poor. The poor want credit that is available on acceptable terms and when they need it. However, there is a general consensus in the literature that access to credit by the poor is necessary but not sufficient to guarantee the success of micro-credit schemes.

Participation of the poor in the whole process of identifying and managing community-based projects that respond to the priority needs of the poor is considered essential. This is critical to ensuring local commitments and sustainability. In fact, participation of the poor in the whole process is an integral part of the UNDP micro-credit strategy, which recognizes the social, cultural and financial considerations that are necessary for any successful scheme Kashuliza and Kydd (1999). Recent experiments with community-based credit programs in which the poor actively participate in the making of lending decisions and, which are subject to peer accountability, have been successful in rEast Asia Community hing the target group at reasonable cost.

Micro-credit support under the UNDP approach is anchored on a set of six key guiding principles, strategies and approaches. First, is the adoption of people and community-centred participatory development approach in which the community and group involvement and ownership is the basis for building a sustainable credit administration.

This is done through working preferably with groups that have been in existence for a period of time with an established structure of governance and a savings culture through regular contributions of members that are designed to support self-help initiatives of the group or its members; Encouraging group-led initiatives with clear and simple business plans and group lending as against lending to individuals; Ensuring high repayment performance and cost recovery by the use of peer pressure and group solidarity.

Statement of the Problem of Poverty Reduction

While many people agree that financial institutions can make a difference in people's lives, researchers are in deadlock on the extent to which commercial banks contributes to poverty reduction. In the past the question of the link between financial institutions and poverty has aroused much passion among providers, promoters and others involved in the field.

Outside the industry, financial Institutions have the reputation of being a panacea that can pull people out of poverty. However, the relationship between poverty reduction and financial institution is debatable. Rhyne (1998) noted that the field knows little about the poverty level of the clients in various programs. Just as

the causes of poverty are complex, so is its reduction (Sebstad and Cohen, 2001; Chijoriga 2000).

Many researchers argue that the Commercial Banks can reduce poverty through increased income, standard of living, empower women, develop the business sector through growth potentials, and develop a parallel financial sector (Hulme and Mosley, 1996 & 1998; Buckley, 1997; Hashemi *et al*, 1996) as cited by Chijoriga (2000).

Further problem on causal relationship between financial institutions and poverty reduction rests on clientele that Commercial Banks targets. Basically demands for financial institution services come from micro enterprises and low income households BOAh in rural and urban areas (Robinson, 2010). These clients are very difficult to define, their activities too, are difficult to delineate well. Although the Afghanistan's community reaffirmed its commitment to Financial Institutions that can assist to change their lives from poverty lines, there is little conviction in the approach and initiatives taken by Financial Institutions to alleviate poverty among Afghanistan. In particular financial Institutions appears likely to falls short of commitments on providing loans and financial advice to benefit poorer Afghanistan. Based on this fact the researcher intends to investigate and get answers to the role of financial institutions in poverty REDUCTION in Afghanistan.

Conclusion

From findings of the study, the researcher found out that FMFB Bank helps to eradicate poverty that is why FMFB Bank has managed to keep customers. FMFB Bank helps to eradicate poverty by offering loans, taking savings, offering training, and offering advice. The number of loans issued by FMFB Bank has been rising and training offered by FMFB Bank to its customers in order to eradicate poverty include; book keeping skills, marketing skills, credit management skills and customer care skills.

Services offered by FMFB Bank have helped customers to improve their level of income as discussed above. Challenges faced by FMFB Bank in poverty REDUCTION include; low level of loan repayments, dishonest loan officers, low profit margins and competition from other banks. Despite of those challenges, customers are satisfied with the level of services offered by FMFB Bank and they think FMFB Bank is very effective in poverty eradication.

Recommendations

- To solve challenges faced by FMFB Bank in poverty REDUCTION, FMFB Bank should cooperate with other banks and the government to speed up poverty eradication strategies.

- The government in collaboration with other development agencies should help banks which are involved in poverty REDUCTION like FMFB Bank.

References

1. Altman, E.I (1980), "Commercial Bank Lending: Process, Credit Scoring and Costs of Errors in Lending" Journal of Financial and Quantitative Analysis Vol. 15.
2. Babcock, B. (1980), "The Roots of Risk and Return" Journal of Financial Analysts Vol. 36 (June).

3. BOA (2005), Risk Management Guidelines for Banks and Financial Institutions; Directorate of Banking Supervision, Dar es Salaam.
4. BOA, (2000), Regulation No. 8 Management of Risk Assets and Credit Concentration.
5. Bradford, W et al (1980), "An Analysis of the Portfolio Behavior of Black Owned Commercial Banks" Journal of Finance Vol.35 (July).
6. Chandika, D.M (2005), Assessment of the Role of Commercial Banks in Promoting Microfinance Services in Afghanistan ; unpublished POSTGRADUATE DIPLOMA IN BUSINESS ADMINISTRATION Dissertation; College of Business Education.
7. Chen M.A and Dunn, E (1996), Household Economic Portfolio. AIMS Paper, Management Services International; Washington D.C.
8. Chijoriga, M.M (1997), An Application of Credit Scoring and Financial Distress Prediction Models to Commercial Bank Lending: The Case of Afghanistan ; Unpublished PhD Dissertation Virtschafts Universitate (wu) Vienna Australia .
9. Chijoriga, M.M (2000), The Performance and Sustainability of Microfinance Institutions in Afghanistan ; Research Paper; FCM, College of Business Education.
10. Chipoyera, Brian (2006), "NMB Grows in Leaps and Bounds" The Guardian Daily Newspaper. (28th, March) ISSN 0856 – 5422 Issue no.3533.
11. Churchill, C.F (1999), Client Focused Lending; the Art of Individual Lending; Calmeadow, United States of America.
12. CIB (1995): Lending, A Study Text for Associate Banking Diploma; BPP Publishers London, U.K.
13. Dunn, E (1999), Microfinance Clients in Lima, Peru; Baseline Reports for AIMS Core Impact Assessment; AIMS Paper; Management Systems International; Washington D.C.

УДК: 338

*Ащеулов А.В.,
Меговорян Е.А.*

Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И СПОСОБЫ ИХ ОЦЕНКИ

*Ashcheulov A.V.,
Megovoryan E.A.*

Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism

ECONOMIC RISKS IN ACTIVITIES PHYSICAL AND SPORT ORGANIZATIONS AND METHODS OF THEIR EVALUATION

Аннотация.

Экономические риски присутствуют в деятельности любой организации, занимающейся предпринимательством, независимо от отрасли народного хозяйства. Деятельности физкультурно-спортивных организации присущи все экономические риски любого предпринимателя, однако есть и специфические. В данной статье представлены экономические риски, наиболее часто возникающие в деятельности физкультурно-спортивных организаций, а также способы (методы, модели и методики) с помощью которых можно оценить вероятность и тяжесть последствий от их появления и выбрать подходящий метод управления (отказа от риска, минимизации потерь от него).

Abstract.

Economic risks are present in the activities of any organization engaged in business, regardless of the sector of the national economy. Activities of physical culture and sports organizations are inherent in all the economic risks of any business, but there are also specific ones. This article presents the economic risks that most often arise in the activities of physical culture and sports organizations, as well as methods (methods, models and methods) with which you can assess the likelihood and severity of the consequences of their occurrence and choose the appropriate management method (rejecting the risk, minimizing losses from it).

Ключевые слова: *экономические риски, физкультурно-спортивная организация, оценка, деятельность, методы.*

Key words: *economic risks, sports organization, assessment, activity, methods.*

Экономические риски возникают в деятельности организации или предприятия, работающих в любой отрасли народного хозяйства страны, в том числе и в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Экономические риски представляют

собой вероятность возникновения убытков, которые можно измерить в денежном выражении [1]. Экономические риски в деятельности физкультурно-спортивной организации могут быть спровоцированы следующими причинами:

- поломка физкультурно-спортивного оборудования;
- проблемы, связанные с коммунальным хозяйством (например, отключение света не дает возможности проводить занятия, связанные с танцевальными направлениями, фитнесом и т.д.);
- различные стихийные бедствия в следствии которых могут быть повреждены (полностью уничтожены) активы физкультурно-спортивной организации;
- хамское отношение и непрофессионализм тренерского состава по отношению к спортсменам (потребителям физкультурно-спортивных услуг);
- поведение болельщиков спортивных клубов;
- неэффективное продвижение услуг физкультурно-спортивных организаций;
- отсутствие заинтересованности у потребителей конкретного региона в тех или иных услугах физкультурно-спортивной организации;
- высокая конкуренция на рынке физкультурно-спортивных услуг;
- отсутствие в регионе (стране) специализированных вузов, осуществляющих подготовку тренеров по разным видам спорта, спортивных менеджеров.

Все перечисленные выше причины, способные повысить вероятность возникновения экономических рисков (в той или иной степени), влекут за собой следующие убытки:

- затраты на ремонт (замену) физкультурно-спортивного оборудования;
- снижение прибыли в виду отмены физкультурно-спортивных занятий или потери клиентов (спортсменов), не только настоящих, но и потенциальных, по причине неподобающего поведения тренера или его низкой квалификации;
- штрафные санкции спортивному клубу за поведение болельщиков;

- отсутствие прибыли из-за неэффективного маркетинга или наличия на рынке более раскрученных брендов с многолетним опытом работы и высоким доверием потребителей.

Оценка представленных рисков может быть осуществлена экспертами с применением следующей методики:

1) На первом этапе необходимо классифицировать экономические риски физкультурно-спортивных организаций на внешние и внутренние.

2) На втором этапе необходимо определить вероятность возникновения того или иного экономического риска физкультурно-спортивной организации, пользуясь следующей классификацией:

- очень часто возникает риск;
- часто возникает риск;
- средняя частота возникновения риска;
- редко возникает риск;
- очень редко возникает риск.

3) На третьем этапе необходимо определить тяжесть ущерба от возникновения экономических рисков в деятельности физкультурно-спортивных организаций, пользуясь следующей классификацией:

- очень легкий ущерб;
- легкий ущерб;
- ущерб средней тяжести;
- значительный ущерб;
- очень тяжелый ущерб.

Определение вероятности возникновения и тяжести ущерба от экономических рисков в деятельности физкультурно-спортивной организации эксперт осуществляет на основе имеющихся у него компетенций (знаний, умений, навыков) и опыта.

4) На четвертом этапе эксперту необходимо составить матрицу дифференциации экономических рисков физкультурно-спортивных организаций, которая представлена в таблице 1.

Таблица 1

Матрица дифференциации экономических рисков физкультурно-спортивных организаций

Вероятность возникновения	Ущерб				
	Очень легкий	Легкий	Средней тяжести	Значительный	Очень тяжелый
Очень часто	СР	ВР	ОВР	ОВР	ОВР
Часто	НР	СР	ВР	ВР	ОВР
Средняя частота	ОНР	НР	СР	ВР	ОВР
Редко	ОНР	НР	НР	СР	ВР
Очень редко	ОНР	ОНР	ОНР	НР	СР

Указанные в матрице сокращения расшифровываются следующим образом:

- ОНР – очень низкий риск (1 балл);
- НР – низкий риск (2 балла);
- СР – средний риск (3 балла);
- ВР – высокий риск (4 балла);
- ОВР – очень высокий риск (5 баллов).

Как видно из расшифровки каждому виду риска присваиваются баллы, характеризующие вероятность и тяжесть последствий от наступления того или иного вида экономического риска в деятельности физкультурно-спортивной организации.

Данные баллы помогают эксперту выбрать наиболее подходящее мероприятие по управлению соответствующим риском.

5) На пятом этапе эксперт на основе полученных данных по результатам оценки экономических рисков, имеющих место в деятельности физкультурно-спортивной организации, дает рекомендации по управлению рисками, включающие конкретные мероприятия [2].

Также выявить наличие в физкультурно-спортивной организации экономических рисков можно используя метод SWOT-анализа, в рамках которого можно определить слабые стороны физкультурно-

спортивной организации (проводится анализ внутренней среды, например, с использованием методики ТРiM-анализа – оценки трансформации ресурсов и менеджмента) и угрозы со стороны внешней среды. Выявленные слабые стороны и угрозы и будут для физкультурно-спортивной организации экономическими рисками, внутренними и внешними соответственно. Также при использовании методики SWOT-анализа выявляются сильные стороны физкультурно-спортивной организации и возможности, которые открываются перед ней во внешней среде. Используя сильные стороны и реализуя возможности физкультурно-спортивная организация может справиться со слабыми сторонами и угрозами и таким образом избежать появления (ликвидировать последствия) экономических рисков в своей деятельности.

Помимо указанные выше способов оценки экономических рисков физкультурно-спортивных организаций, существуют также разнообразные модели анализа вероятности банкротства. Вероятность банкротства – один из самых значительных по тяжести последствий экономических рисков в деятельности физкультурно-спортивной организации. Модели оценки вероятности банкротства (финансовой несостоятельности) позволяют определить ряд параметров деятельности физкультурно-спортивной организации, таких как финансовая устойчивость, платежеспособность, ликвидность, финансовая независимость, рентабельность и т.д. Таким образом модели оценки вероятности финансовой несостоятельности позволяют выявить конкретные причины имеющихся проблем в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Наиболее эффективными моделями оценки вероятности банкротства, применяемые экономистами на протяжении довольно значительного периода времени и зарекомендовавшими себя, являются модели следующих авторов: Э. Альтмана; У. Бивера; Ж. Конана и М. Голдера; Р. Лиса; Р. Таффлера; Р.С.

Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова; О.П. Зайцевой; ученых Иркутской государственной экономической академии [3].

Существуют и статистические способы выявления вариации уровня экономического риска в деятельности физкультурно-спортивной организации, при использовании которых рассчитываются показатели размаха вариации, дисперсии (позволяющей определить степень экономического риска), среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации (ключевой в данном методе показатель, т.к. позволяет выявить уровень колебаний того или иного показателя). Если колебания по различным показателям деятельности физкультурно-спортивной организации превышают 25% каждый, то это свидетельствует о наличии экономического риска (о высокой вероятности (степени) его возникновения).

В заключении следует отметить, что существует огромное множество различных способов оценки экономических рисков в деятельности физкультурно-спортивной организации. В данной статье были обобщены и представлены лишь наиболее эффективные методы и методики, зарекомендовавшие себя на практике. Выбор же конкретного способа оценки экономических рисков зависит от руководства и менеджмента конкретной физкультурно-спортивной организации.

Список литературы

1. Гремина Л.А. Экономический анализ рисков спортивной организации: Монография / Л.А. Гремина, Е.В. Мирзоева. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – 112 с.
2. Лисовская И.А. Финансовый менеджмент: Полный курс МВА / И.А. Лисовская. – М.: Рид Групп, 2011. – С. 306.
3. Савицкая Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2008. – С. 216-217.

УДК 33

Бабин С. С.

Студент

4 курс Школы экономики и менеджмента ДВФУ
Россия, г. Владивосток

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Babin S.S.

Student

4 course of the School of Economics and Management FEFU
Russia, Vladivostok

ESSENCE AND ROLE OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA AND ABROAD

Аннотация.

В статье проведен анализ современного состояния малого и среднего предпринимательства России. Определены и охарактеризованы наиболее актуальные проблемы субъектов малого бизнеса. Показана роль МСП в экономике страны. Представлена статистика их численности и аналитика факторов, влияющих на развитие МСП. Актуальность данной работы обусловлена тем, что формирование и развитие малого предпринимательства является основным условием становления конкурентной рыночной среды, а в России оно обладает огромным потенциалом.

Abstract.

The article analyzes the current state of small and medium-sized businesses in Russia. Identified and characterized the most pressing problems of small businesses. The role of SMEs in the country's economy is shown. The

statistics of their numbers and analytics of factors influencing the development of SMEs are presented. The relevance of this work is due to the fact that the formation and development of small business is the main condition for the formation of a competitive market environment, and in Russia it has great potential.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, ИП, налогообложение, субъекты малого предпринимательства.

Key words: small and medium business, individual entrepreneurs, taxation, small business entities.

Малый и средний бизнес - это основа для развития экономики государства. Предприятия малого бизнеса более устойчивы к внешним изменениям. Малый бизнес демонстрирует свою гибкость, «живучесть», укрепляя и поддерживая рыночную экономику. Кроме того, малый бизнес участвует в формировании бюджетов всех уровней. Помимо непосредственных отчислений в бюджет от доходов

компаний, предприятия малого бизнеса, создавая рабочие места и являясь источником доходов населения, помогает сбору налогов непосредственно с физических лиц.

Благодаря развитию малого и среднего бизнеса в стране формируются благоприятные экономические условия (Таблица 1).

Таблица 1

Роль малого предпринимательства в экономике

Направление	Характеристика
Социальная роль малого предпринимательства в экономике	<ul style="list-style-type: none"> • повышение степени удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах; • улучшение качества обслуживания/повышение удовлетворенности населения в своем труде, как средстве самовыражения; • повышение уровня жизни населения/снижение социальной напряженности в обществе.
Макроуровень экономики. С точки зрения функционирования национальной экономической системы роль и значение малого предпринимательства выражается в следующих показателях:	<ul style="list-style-type: none"> • доля валового внутреннего продукта, создаваемого малыми предприятиями; • доля национального дохода, создаваемого в малом бизнесе; • доля малых предприятий в общем количестве предприятий; • доля трудоспособного населения, занятого в малом предпринимательстве; • доля экспорта продукции и услуг, приходящаяся на малые предприятия; • доля налоговых поступлений от предприятий малого бизнеса; • доля основного капитала, функционирующего в сфере малого предпринимательства; • доля продукции и услуг, производимых малыми предприятиями, в их общей структуре в разрезе по отдельным видам. <p>Увеличение данных показателей в динамике свидетельствует об увеличении роли малого предпринимательства в экономике страны.</p>
Микроуровень экономики. Роль малого предпринимательства в народном хозяйстве определяется следующими обстоятельствами:	<ol style="list-style-type: none"> 1. расширение охвата отдельных рынков и повышение степени удовлетворения населения в товарах и услугах; 2. на создание и организацию работы малых предприятий не требуется крупных вложений, а также не требуется длительный срок вывода их на проектную мощность; 3. развитие малого бизнеса способствует развитию конкуренции на отдельных рынках, где отсутствует целесообразность монопольного доминирования; 4. малые предприятия отличаются более простой структурой управления, так как не требуют сложных управленческих подходов, свойственных крупным предприятиям; 5. субъекты малого предпринимательства могут быстрее адаптироваться к изменениям условий хозяйствования; 6. развитие малого бизнеса в определенной степени способствует снижению безработицы, так как малые предприятия создают новые рабочие места; 7. малое предпринимательство влияет на увеличение количества представителей среднего класса, мелких собственников, которые заинтересованы в стабильности экономической системы страны; 8. малые предприятия более гибки и восприимчивы к конъюнктуре целевого рынка и в теории быстрее реагируют на изменения спроса по сравнению с крупными предприятиями; 9. рост числа субъектов малого предпринимательства способствует повышению темпов роста экономики и наоборот – чем выше темпы роста экономики, тем более высоким будет рост числа малых предприятий.

Источник: составлено на основании [9]

Еще одним преимуществом малых и средних предприятий часто называется инновационность. Исследование, проведенное в США (An Analysis of Small Business Patents by Industry and Firm Size), показало, что в секторе МСП создается в 16 раз больше патентов в расчете на 1 работника, чем в крупном бизнесе [5].

К недостаткам малых предприятий относятся: риск неустойчивого положения на рынке, зависимость от крупных предприятий, недостатки в управлении делом, трудности в заимствовании финансовых средств и другие.

Гражданский кодекс РФ предпринимательскую деятельность определяет, как «...самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, которая направлена на систематическое получение прибыли от продажи товаров, пользования имуществом, оказания услуг лицами или выполнения работ, зарегистрированными в установленном законом порядке в этом качестве» [1]. Если считать предпринимательскую деятельность бизнесом, то она должна отвечать четырем главным производственным факторам:

1) Результатом такой деятельности всегда является реальная прибыль,

а не доход, или личное мнение, или намерение;

2) Получение прибыли должно быть стабильным: бизнес – это не однократная сделка, а продолжительная деятельность;

3) Это законная деятельность: не может считаться бизнесом незаконное получение любого дохода;

4) Эта деятельность должна приносить пользу его субъектам и обществу.

Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» регулирует функционирование субъектов МСБ. Так, к субъектам малого и среднего предпринимательства (СМП) относятся [2]:

- хозяйственные общества и партнерства;
- производственные и потребительские кооперативы;
- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- индивидуальные предприниматели.

Указанные субъекты должны соответствовать всем критериям, указанным в ст. 4 Закона 209-ФЗ (Таблица 2).

Таблица 2

Критерии малых и микро предприятий

№	Критерий	Значение	
		Микро-предприятие	Малое предприятие
1	Ограничение доли участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, некоммерческих организаций	25%	25%
2	Суммарная доля участия других организаций, не являющихся субъектами МСП, а также иностранных организаций	49%	49%
3	Среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год	15 человек	100 человек
4	Доход от предпринимательской деятельности (сумма выручки и вне-реализационных доходов) без учета НДС за предшествующий календарный год	120 млн руб.	800 млн руб.

Источник: составлено на основании [2]

Что касается индивидуальных предпринимателей, то в части годовой выручки и численности работников на них распространяются такие же критерии, как и на юридические лица. Стоит отметить, что ИП, работающие без наемных сотрудников, подтверждают свой статус малого предприятия исключительно по размеру выручки. При этом все предприниматели, использующие патентную систему налогообложения, относятся к микропредприятиям.

Различия в статистической практике затрудняют сопоставление секторов МСП в России и за

рубежом. В мировой практике для отнесения предприятий к малым используется более 50 критериев [3]. Но наиболее часто применяемыми критериями являются:

- средняя численность занятых на предприятии работников (Таблица 3);
- ежегодный оборот предприятия, полученный за год;
- величина активов.

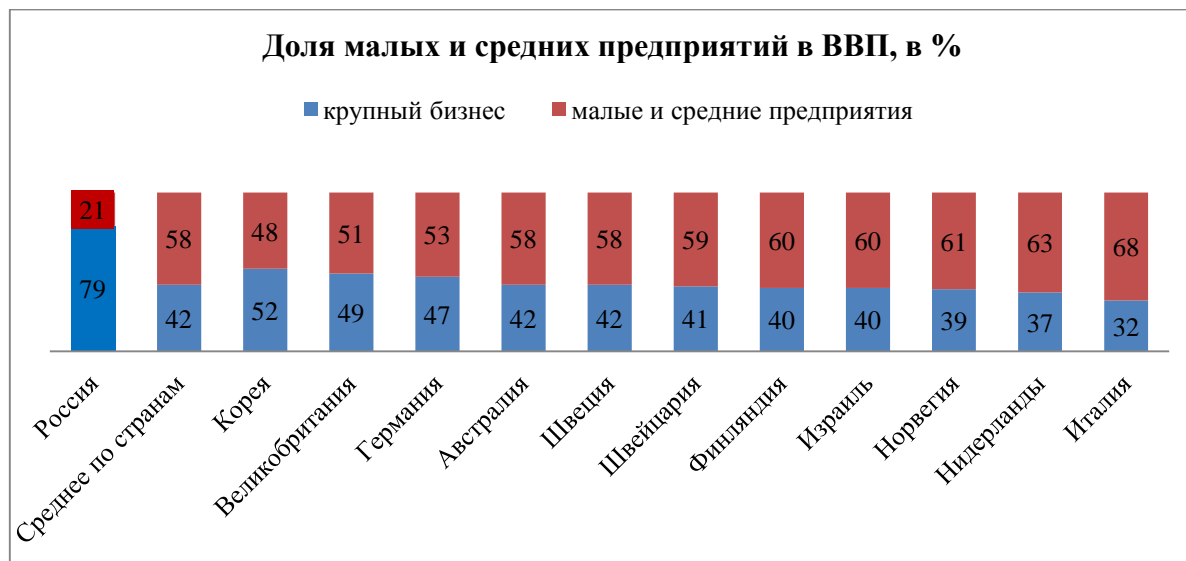
Пороговые значения численности занятых на предприятиях МСБ в различных странах

Территория	Численность работников		
	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия
ЕС	10 человек	50 человек	250 человек
США	20 человек	100 человек	500 человек
Россия	15 человек	100 человек	250 человек
Китай	1000 человек		3000 человек

Источник: составлено на основании [3]

В экономически развитых странах число малых и средних предприятий достигает 80–99 % от общего числа предприятий, в этом секторе сосредото-

чены две трети экономически активного населения, производится более половины валового внутреннего продукта (Рисунок 1).



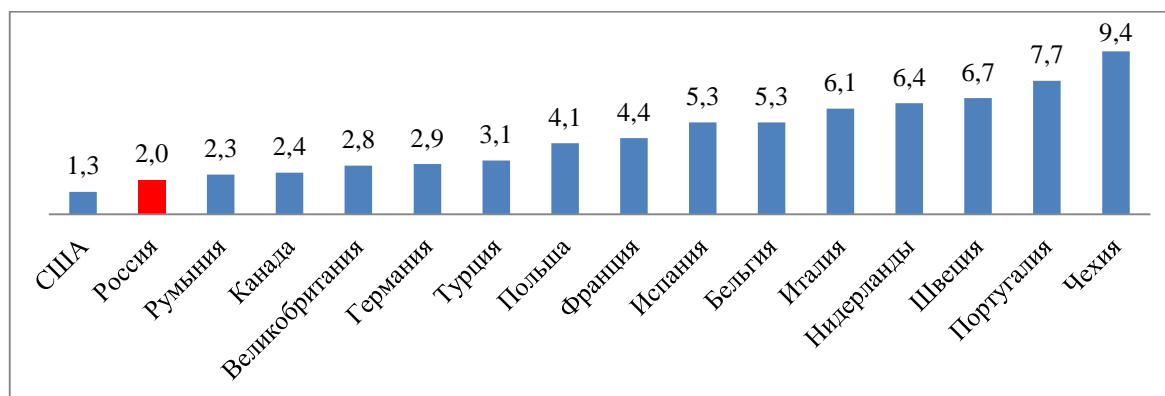
Источник: Российская венчурная компания

Рисунок 1 - Доля малых и средних предприятий в ВВП на 2018 г., в %

Именно в сфере малого производства происходит большая часть всех инноваций, которые создают дополнительные рабочие места и формируют «средний класс». В этих странах проводится активная и последовательная политика по поддержке и развитию предпринимательства [9]. В России

остаётся нереализованным огромный потенциал развития сектора МСП.

Россия заметно уступает всем странам, кроме США, по показателю численности субъектов МСП на 100 человек населения (Рисунок 2).



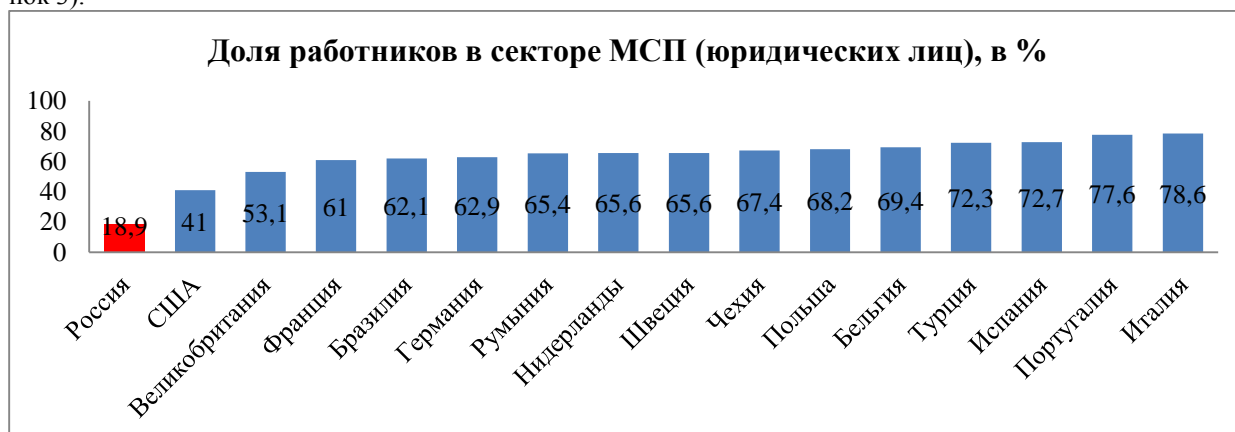
Источник: ОЭСР, ООН, ФНС России

Рисунок 2 – Число субъектов МСП (юридических лиц) на 100 человек населения

По этому показателю в Чехии в 4,7 раз больше малых и средних предприятий, чем в России, в Швеции – в 3,4 раза, в Испании – в 2,7 раз, в Польше

– 2,1 раз [11]. Из рассматриваемых стран только США уступает России

Сопоставление стран по доле работников, занятых в секторе МСП также указывает на существенное отставание российской экономики (Рисунок 3).



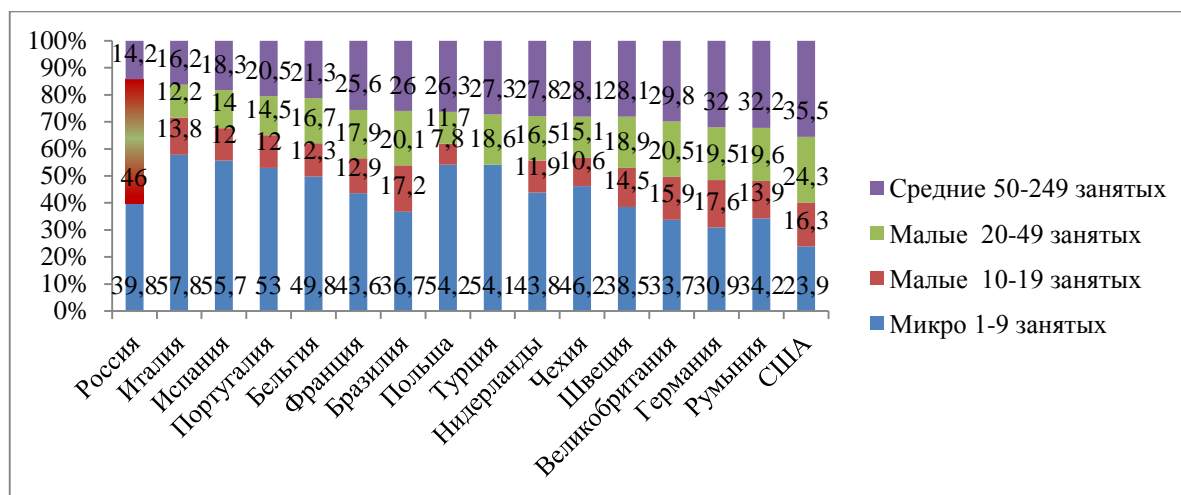
Источник: ОЭСР, 11, (Россия – I кв. 2018 г.; США, Франция, Германия, Румыния, Нидерланды, Чехия, Польша, Турция, Испания, Португалия, Италия – 2015 г.; Великобритания, Бразилия, Швеция, Бельгия – 2014 г.)

Рисунок 3 - Доля работников в секторе МСП (юридических лиц), в %

Если в России доля работников малых и средних предприятий не превышает одну пятую всех занятых в организациях, то в остальных странах – за исключением США – их доля превышает половину, а в семи странах – и вовсе превышает две трети.

Более того, по показателю доли работников, занятых в секторе МСП (в отличие от числа субъ-

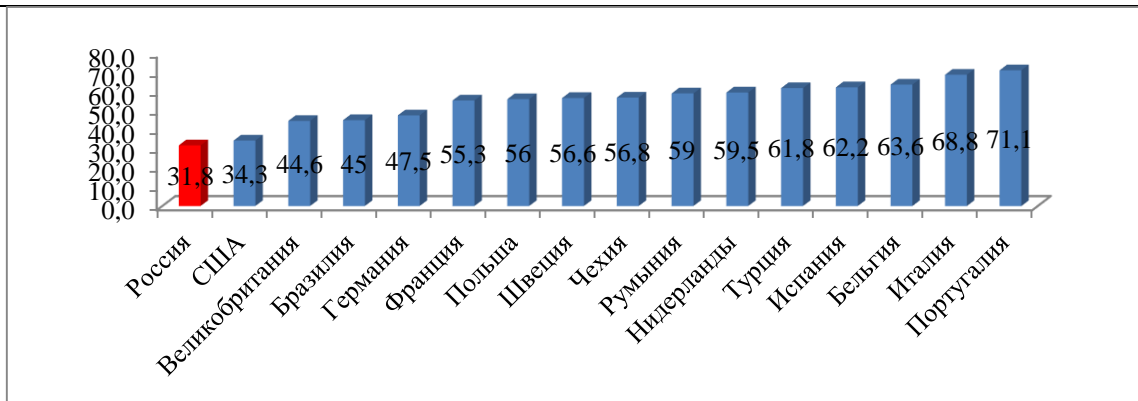
ектов МСП на 100 человек населения), США впереди России (Рисунок 4). Это связано с разницей в структуре сектора МСП. В России гораздо более существенна доля микропредприятий. Тогда как в США большую роль играют малые и средние предприятия – их меньше, но работников на каждом из них больше и именно они являются источником высокой добавленной стоимости в экономике.



Источник: ОЭСР, ФНС России

Рисунок 4 - Структура занятости сектора МСП по размерам предприятий в 2018 г., в %

Картина слабой развитости сектора МСП в России подтверждается значениями еще одного показателя, характеризующего размер сектора МСП – доли оборота предприятий МСП (Рисунок 5).



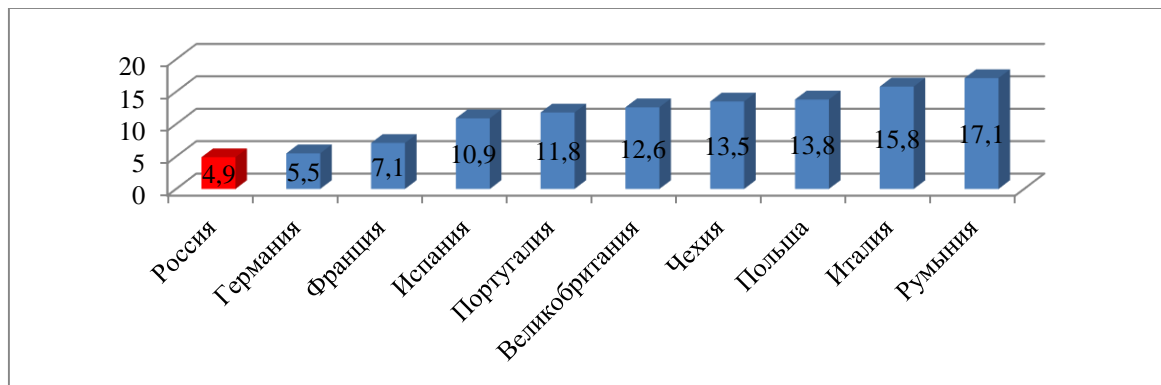
Источник: ИНП РАН, 13, ОЭСР (Россия – 2017 г.; Франция, Германия, Румыния, Нидерланды, Чехия, Польша, Турция, Испания, Португалия, Италия – 2015 г.; Великобритания, Бразилия, Швеция, Бельгия – 2014 г.; США – 2012 г.)

Рисунок 5 - Доля оборота в секторе МСП (юридических лиц), в %

В 11 рассмотренных странах значение этого показателя выше 50%, в Италии и Португалии – выше двух третей, тогда как в России – ниже 30%.

К сектору МСП можно отнести не только микро- и малые предприятия, но также и самостоятельно занятых (как зарегистрированных официально, так и нет) (Рисунок 6).

Согласно данным Росстата и Евростата, в России доля самостоятельно занятых среди всех занятых в экономике (4,9% в 2017 г.) является одной из самых низких среди европейских стран.

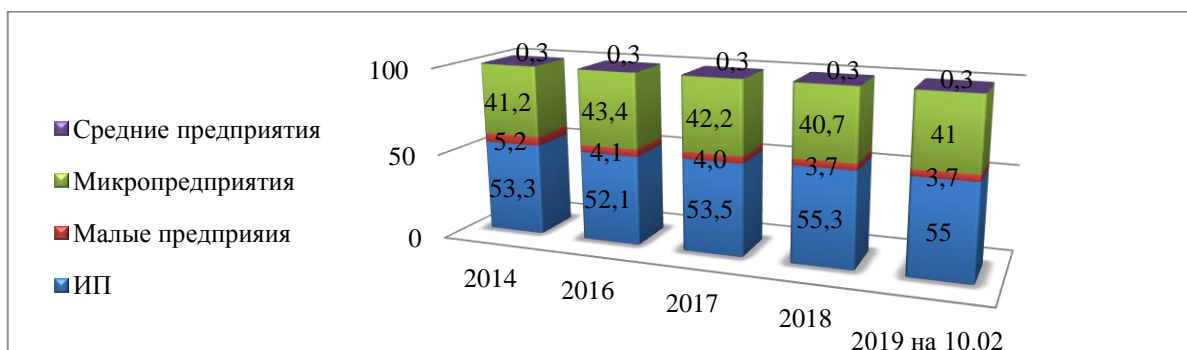


Источник: ИНП РАН

Рисунок 6 - Доля самозанятых в общем числе занятых в экономике в 2017 г., в %

Среди рассматриваемых стран Россия имеет одну из самых высоких долей наемных работников в численности занятых (93,4%). Большее значение этого показателя зафиксировано только в Норвегии (93,5%) [11]. В большей части остальных стран доли работающих по найму находятся в пределах 80-90% от общей численности занятых.

На Рисунке 8 показано, как менялась структура сектора МСП начиная с 2014 г. В 2015 г. Росстат проводил сплошное обследование малого и среднего бизнеса, а данные, полученные таким образом, нельзя сопоставлять с данными того же Росстата, получаемыми путем отдельной выборки. Поэтому данные за 2015 г. на рисунке не представлены.



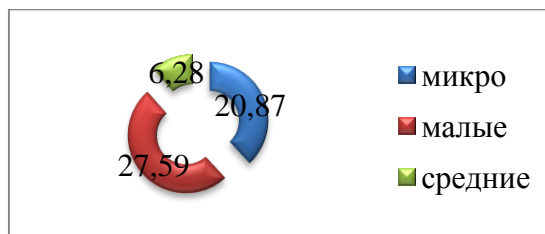
Источник: составлено на основании [6,11]

Рисунок 8 - Структура сектора МСП и индивидуальных предпринимателей в 2014 – 2019 гг., в % к итогу

С 2014 по 10.02.2019 гг. ИП и микропредприятия составляли более 90% сектора МСП; динамика доли средних предприятий в общем числе субъектов МСП в этот период практически не менялась. Однако наблюдается тенденция снижения числа и доли малых предприятий в общем числе субъектов МСП (с 5,2% в 2014 г. до 3,7% в 2019 г.). Увеличение числа микропредприятий (в абсолютном выражении) может быть связано с дроблением малых

фирм для снижения налоговой нагрузки (в процентном же соотношении данный показатель изменится на 1-2%) [6,11].

Разрыв между оборотом малых и микро юрлиц больше разрыва между численностью работников малых и микро- юрлиц. Т.е. оборот на 1 работника у малых предприятий выше, чем у микропредприятий, что может указывать на большую эффективность/производительность малых предприятий (Рисунок 9).



Источник: составлено на основании [11]

Рисунок 9 - Оборот юридических лиц в секторе МСП на 1.01.2018г., трлн руб.

Структура МСП по масштабу предприятий, видам экономической деятельности и географии демонстрирует слабое развитие сектора МСП:

- 95% МСП - это микробизнес (практически нет роста количества малых и средних производственных компаний);
- 42,7% МСП действуют в сфере торговли;
- 45% МСП сосредоточено в 10 субъектах РФ.

Главные причины частых банкротств малых компаний заключаются в неопределенности экономической ситуации в стране, высоком уровне налогообложения, а также в том, что поддержка отечественного предпринимательства не направлена на его рост. А ведь развитие малого бизнеса означает стабильную ситуацию в экономике, являясь тем самым, показателем развития страны в целом. Создание благоприятных условий с учетом национальных, исторических, отраслевых особенностей и преимуществ, а также положительного зарубежного опыта, который мог бы быть применен к российским условиям ведения бизнеса, стоит в ряду первоочередных задач органов как местной, так и муниципальной власти РФ [4].

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 [по состоянию на 28 марта 2019г.: Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года № 51-ФЗ]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Справочно-правовая система «Консультант плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/(дата обращения: 26.01.2019)

3. Financing SMEs and Entrepreneurs 2018. An OECD Scoreboard — Режим доступа: https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/financing-smes-and-entrepreneurs-2018_fin_sme_ent-2018-en#page28.

4. Бисултанова А. А., Проблемы развития предприятий малого и среднего бизнеса в России / А. А. Бисултанова // Экономика и управление: проблемы и решения. — 2017. — № 5. — С. 35–40.

5. Варагина А. Е., Исследование роли малого и среднего бизнеса в России // Молодой ученый. — 2018. — №24. — С. 119-124. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/210/51512/> (дата обращения: 26.01.2019).

6. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства – Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/regbusiness/(дата обращения 28.01.2019)

7. Кадушин А., Михайлова Н., Насколько сильно налоговое бремя (попытка количественного анализа) [Электронная версия]. — Режим доступа: www.cfin.ru

8. Косов М.Е., Перспективы формирования социально-ориентированной рыночной экономики // Вестник Финансового университета. 2015. № 2 (86). С. 29-37.

9. Кочесокова М. К., Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономическом развитии / М. К. Кочесокова // International Journal of Innovative Technologies in Economy. — 2017. — № 7. — С. 60–64.

10. Полетаев В. Э., Бизнес в России: инновации и модернизационный проект: Монография / В. Э. Полетаев. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 624 с.

11. Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА УНИВЕРСИТЕТА В КОНТЕКСТЕ ВЫЗОВОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Balabanova M.A.

Master`s degree student

Novosibirsk National Research State University

ORGANIZATIONAL CULTURE OF UNIVERSITY IN THE CONTEXT OF EXTERNAL CHALLENGES**Аннотация.**

В статье описываются и объясняются глобальные вызовы, возникающие перед высшими учебными заведениями. Вызовы задают направление развития нынешнего высшего образования.

Высшее образование в области экономики сталкивается с такими явлениями как: глобализация и массификация. Именно глобализация и массификация вызывают беспрецедентные изменения в высшем образовании, делая его более трудным для понятия природы изменений и приспособления к меняющимся обстоятельствам. Вследствие чего современный этап развития университетского образования характеризуется поиском оптимального типа культуры для высших учебных заведений, который соответствует современным требованиям экономики и общества знания.

На основе классификации Иена МакНея, 1995, предложен тип культуры, оптимальной для успешного взаимодействия университета с вызовами современности. На основе анализа культуры факультета одного из передовых вузов России предложен подход к управлению культурой с точки зрения перспектив стратегической трансформации в университет предпринимательского типа.

Abstract.

The article describes and explains the global challenges facing higher education institutions. Challenges set the direction for the development of current higher education.

Higher education in economics is faced with such phenomena as: globalization and massification. It is globalization and massification that cause unprecedented changes in higher education, making it more difficult for us to understand the nature of changes and adapt to changing circumstances. As a result, the current stage of development of university education is characterized by the search for an optimal type of culture for higher educational institutions that meets the modern requirements of the economy and the knowledge society.

On the basis of McNay's classification, 1995, a type of culture is proposed that is optimal for the successful interaction of the university with the challenges of our time. Based on the analysis of the culture of the faculty of one of the leading universities of Russia, an approach to the management of culture from the point of view of the prospects of strategic transformation to an entrepreneurial university is proposed.

Ключевые слова: организационная культура; высшее экономическое образование; высшее образование в России; типология Иена МакНея

Keywords: organizational culture; higher economic education; higher education in Russia; typology Ian McNay

Процесс изменений в высшем профессиональном образовании сегодня затрагивает в большей или меньшей степени все ВУЗы России.

Организационная культура, особенно в такой области, как образование, может оказаться ключевым фактором, влияющим на изменения образовательных организаций.

Организационная культура может выступать в качестве действенного инструмента, обеспечивающего адаптацию преподавательского коллектива к происходящим изменениям в работе. Формирование и поддержание такой культуры, которая повышала бы отдачу от людей, работающих в организации, способствовала повышению ее эффективности и конкурентоспособности - это одна из важнейших задач руководства.

Организационная культура – это система ценностей, норм и правил, разделяемых всеми сотруд-

никами организации. Они учитываются каждым работником коллектива и всем персоналом организации, и, таким образом, это сказывается на процессе и результатах совместной работы.

Для рассмотрения была выбрана культура, так как культура образовательного учреждения уникальна и может существенно отличаться от бизнеса, а значит сама по себе может быть как специфическим препятствием, так и фактором, способствующим развитию.

Вторым подходом является выявление организационной культуры в рамках той или иной типологии. Каждый подход использует определенные критерии для анализа организационной культуры.

К очевидным достоинствам типологического подхода следует отнести: легкость проведения процедуры диагностики и простоту интерпретации полученных результатов, а к недостаткам – упроще-

ние сложного «портрета» организационной культуры конкретной организации. С данным подходом не делается полный анализ той или иной организации.

Рассмотрим наиболее востребованную практикой типологию Иена МакНея.

Иен МакНей разработал модель, которая помогает не только интерпретировать организационную культуру, характерную для высшего образования, но и исследовать то, как культуры высшего образования менялись со временем [6]. В данной типологии выделяются два типа измерений: насколько свободно или жестко определяется политика, и насколько слабый или сильный контроль проводится за реализацией политики. Определение политики и контроля над ее реализацией генерируют четыре типа организационной культуры, которые можно найти в высшем образовании.

Коллегиальный тип культуры. Ключевым словом для коллегия является "свобода". Данный тип характеризуется свободной политикой и не жесткой системой контроля. Стиль управления носит либеральный (разрешительный) характер. Принятие решений является консенсуальным.

Бюрократический тип культуры фокусируется на свободной политике, но жесткой системе контроля. Стиль управления является формально-рациональным. Принятие решения происходит на основе правил и последовательности. Данный тип

имеет рациональный вид с частым использованием статистических баз аргументов и решений [5].

Корпоративный тип культуры характеризуется жесткой политикой и системой контроля. Командный и харизматичный стиль управления. Доминирование высшего руководства. Принятие решений является политическим и тактическим. Это политический процесс переговоров со старшими сотрудниками, создания союзов и договоренностей вне формальных аренах, принятия решений и бес- силлия комитетов [5].

Предпринимательский тип культуры основывается на сильной политике и свободной форме контроля. Он акцентирует внимание на рынок, внешние возможности и отношения с заинтересованными сторонами. Принятие решений является гибким (свободным). Стиль управления-делегированный [5].

Подход МакНея предполагает, что данные четыре типа организационной культуры могут встречаться только в высших учебных заведениях, в то время как все остальные существующие подходы достаточно общие. Кроме того, данная типология очень часто используется в зарубежных университетах для выявления организационной культуры. Данный подход даст возможность сравнить в будущем полученные результаты данного исследования с результатами зарубежных университетов, что представит большой интерес для будущих исследований.

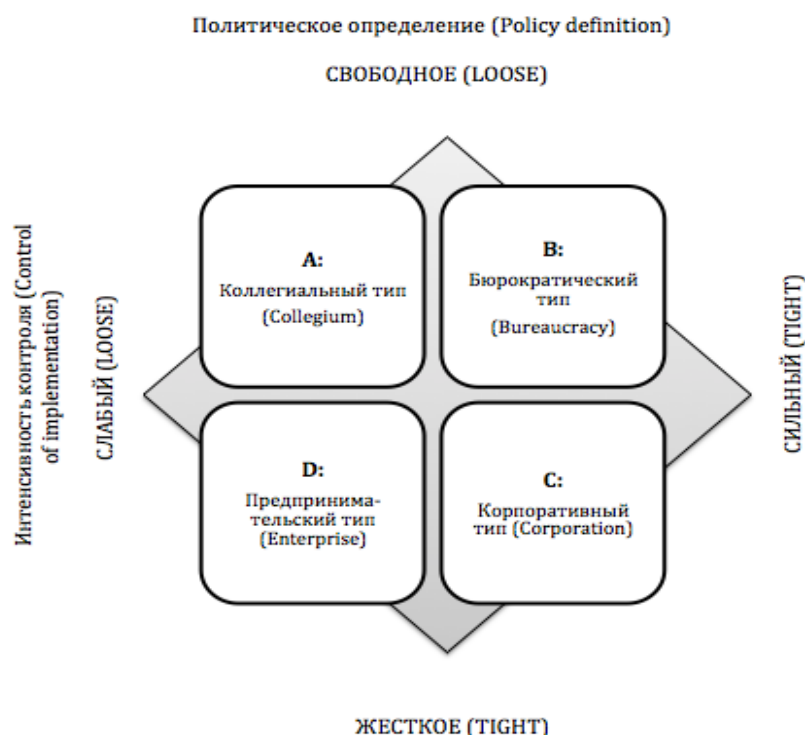


Рис 2.3. Модели университетов как организации
(Models of Universities as organizations) McNay (1995) [5]

В соответствии с вызовами можно определить тип культуры по классификации Иена МакНея, который будет наилучшим вариантом для изменений,

которые переживает высшее профессиональное образование и факультет в частности.

Так как в целом ситуация характеризуется необходимостью выхода в международное образовательное пространство и изменением комфортной среды, для этого требуется целеполагание, четкое понимание перспективных целей. В усиливающейся конкуренции нужно двигаться очень быстро и стремительно, иногда принимать трудные решения. Чтобы быть лучшим факультетом, следует ориентироваться на потребности рынка образования.

Нестандартные задачи требуют свободы действий и пространства для творчества. Поэтому следует стремиться к слабому контролю.

Эти факторы соответствуют предпринимательскому типу культуры. Именно он в большей степени отвечает на вызовы: необходимости ориентации на международный уровень исследования образования.

Инструментом проведения исследования по типологии Иена МакНея является выборочный опрос. На основе выбранного инструмента в рамках подхода Иена МакНея проводилось анкетирование среди преподавателей крупнейшего факультета, одного из ведущих университетов России в марте 2017 года.

Этот инструмент выглядит следующим образом. На первом этапе нужно ответить на шесть пунктов. Каждый из пунктов содержит четыре описания организационных особенностей. Потребуется распределить 100 баллов между четырьмя описаниями (a, b, c, d) на основе того, насколько подходит описание к факультету. А-коллегиальный тип культуры; b- бюрократический тип культуры; с-корпоративный тип культуры; d – предпринимательский тип культуры.

Для проведения исследования, нужно определить целевую группу исследования, а именно преподавателей, которые будут участвовать в опросе.

Уровень доверия	z-оценка
90%	1,65%
95%	1,96%
99%	2,58%

Процентное значение (p). Требования к размеру выборки могут меняться в зависимости от процентной доли выборки, которая дает определенный ответ. Например, если в предыдущем опросе было обнаружено, что 75% клиентов выражают удовлетворенность Вашим продуктом, и Вы хотите провести такой опрос снова, можно использовать $p = 0,75$ для расчета требуемого размера выборки.

Если опрос проводится в первый раз, то, поскольку опросы обычно содержат более одного вопроса (и поэтому оценивать требуется более одного

$$\frac{(Z^2 * p (1-p)) / e^2}{1 + ((z^2 * p (1-p)) / e^2 N)} = \frac{(0,92 * 0,5 (1-0,5)) / 0,12}{1 + ((0,92 * 0,5 (1-0,5)) / 0,12 * 222)} = 52$$

Целевая группа - преподаватели факультета. Это будет главный критерий, по которому будут отбираться опрашиваемые.

Расчёт размера выборки осуществляется по следующей формуле:

$$\frac{(Z^2 * p (1-p)) / e^2}{1 + ((z^2 * p (1-p)) / e^2 N)}$$

Где N – численность совокупности, e – предел погрешности (в виде десятичной дроби) , z – уровень доверия (в виде z – оценки), p – процентное значение (в виде десятичной дроби).

Численность совокупности (N) - это размер всей группы, которую нужно представить в опросе.

Совокупность: вся группа, о которой нужно сделать выводы.

Выборка: группа, которую нужно опросить.

Предел погрешности (e) указывает, насколько результаты отклоняются от фактических значений. Это процентное значение, означающее, с какой вероятностью мнения и поведение выборки опроса отклоняются от мнения и поведения общей совокупности. Чем меньше предел погрешности, тем точнее будет ответ при определенном уровне доверия.

Уровень доверия указывает, насколько достоверными являются полученные результаты. Общепринятые стандарты, используемые исследователями: 90%, 95% и 99%.

Уровень доверия 95% означает, что, если повторить один и тот же опрос при одинаковых условиях 100 раз, 95 раз из 100, результаты будут приблизительно находиться в пределах погрешности.

При определении размера выборки используется z-оценка уровня доверия. Z-оценка — это мера стандартного отклонения определенной доли от средней величины.

процентного значения), мы рекомендуем использовать $p = 0,5$ для расчета оптимального размера выборки. Это дает нам примерный размер выборки, который не будет ни слишком консервативным ни слишком свободным.

Численность совокупности (N) = 222.

Предел погрешности (e) = 10% или 0,1.

Уровень доверия (z) = 90% или 0,9.

Так как опрос проводится в первый раз, то процентное значение $p = 0,5$.

Рассчитываем выборку по формуле:

Выборка при 10% пределе погрешности составила – 52 преподавателя.

Полученные значения после прохождения анкетирования преподавателями показали то, что в вопросах, связанных с доминирующими характеристиками, руководителем подразделения, связующим принципом и организационным климатом преобладает коллегиальный тип культуры (0,67), а в вопросах связанных с критерием успеха и стилем управления – бюрократический тип культуры (0,33).

Достижение поставленных ранее целей позволило бы факультету увеличить его значимость и приоритет в проектах университета. Факультет может увеличить конкурентоспособность в привлечении лучших абитуриентов как в рамках университета, так и в рамках своей предметной области в национальном масштабе. Это сделает более конкурентной ситуацию в университете, поскольку факультет будет в большей степени претендовать на ресурсы, связанные с исследовательской деятельностью. Именно поэтому нужна жесткая политика и вместе с тем свободный контроль.

На первом этапе основная проблема заключается в определении и преодолении первоначального сопротивления, а также в умении заставить людей принять новый образ мыслей, необходимый для осуществления изменения.

Пройдя подготовительную стадию, можно перейти к процессу изменения — программе изменения — и оценить, насколько успешно удалось осуществить данный процесс.

Основная проблема второго этапа состоит в осуществлении изменения, что требует тщательного планирования. Задача предпоследнего этапа заключается в обеспечении того, чтобы изменение стало постоянным. Заинтересованные сотрудники должны искренне принять изменение, чтобы оно стало частью культуры организации.

При определении последовательности действий необходимо все время помнить о естественной реакции людей на изменения и психологических особенностях разных фаз этой реакции. Естественно, действия по изменению культуры будут зависеть от того, в какой мере учитывалось мнение сотрудников организации при формировании новой стратегии (разрабатывалась она в режиме консультаций с ними или была в директивной манере предложена руководством).

Для успешной реализации запланированного изменения организационной культуры предлагаются следующие рекомендации:

- для предпринимательского типа культуры характерны сильная политика и слабый контроль. Факультету нужна сильная политика (четкое понимание куда идти), поэтому рекомендацией будет - формирование стратегии и ее коллективное обсуждение. Нужно четкое понимание стратегии и убеждение сотрудников факультета в ее правильности, то есть достижение общего согласия. Прийти к пониманию того, куда развиваться дальше и принять стратегию всеми сотрудниками, чтобы в рамках

этого согласия единомышленники могли действовать самостоятельно. Если среди сотрудников не будет единомышленников, то при сильной политике руководству желательно переубедить сотрудников и прийти к общему согласию.

- поддержание корректировки ценностей, которые позволили бы в условиях наличия данной стратегии и предоставления свободы, создать механизмы и установки, которые поддерживали бы деятельность по реализации этой стратегии.

Существует стандартный перечень инструментов, которые могут влиять на формирование и поддержание организационной культуры (первичные и вторичные механизмы по Э. Шейну). Этот перечень варьируется в зависимости от того, с каким объектом имеем дело (молодая организация, организация среднего возраста и зрелая организация). Первичные механизмы являются основным инструментом управления культурой в молодых организациях, а вторичные - в зрелых. Экономический факультет является зрелой организацией и поэтому рассмотрим вторичные механизмы формирования и поддержания организационной культуры.

Вторичные механизмы [4]:

1) Организационные системы и процедуры

Организационные системы и процедуры выражают через себя послания о том, как правильно поступать в той или иной ситуации. Поведение сотрудников в организации очень часто упорядочивается разными процедурами и нормами. Члены организации общаются особым образом и по определенным схемам. Все эти моменты создают определенную внутриорганизационную среду, которая влияет на поведение сотрудников. Так, хорошим сигналом для сотрудников является фонд поддержки исследований, то есть, когда факультет часть своих доходов направил на то, чтобы поддерживать исследования.

Данные нововведение напрямую поддерживает ценности и стандарты предпринимательской культуры: четкое понимание того, что нужно, свобода и инициатива в принятии решения действовать.

Также еще одним хорошим сигналом является введение эффективных контрактов с научными работниками. Эффективные контракты предоставят сотрудникам возможность получения более высокой заработной платы за более качественный результат, развитие кадрового потенциала, а также стимулирование эффективной и результативной работы каждого сотрудника, и всего факультета в целом [3].

Эффективный контракт можно также использовать для поддержки стратегических изменений, если быть уверенными, что в него заложены нужные критерии.

2) Дизайн физического пространства, фасадов и зданий

Благодаря дизайну и стилю интерьера в помещении компании у сотрудников организации создается особенное представление о ее уникальном стиле, о ценностных ориентирах, свойственных их организации.

В настоящий момент ситуация очень благоприятная, с точки зрения данного механизма, потому что дизайн физического пространства факультета уже способствует поддержанию нового типа культуры. Данный элемент управления культурой создал все условия для того, чтобы нужным образом повлиять на сотрудников. Новая среда (новый корпус университета) может поддерживать изменения, помогать развиваться дальше, корректировать приоритеты, добавлять что-то новое, ставить и новые цели (а к этим факторам экономической факультет стремится всегда).

3) **Официальное провозглашение организационной философии, ценностей убеждений**

Сохранение и поддержание духа можно закрепить формальными и неформальными коммуникациями, например, с помощью посланий о философии, целях организации, ценностей, убеждений, заповедей. Большое значение будет иметь то, что выбранную стратегию смогут принять и разделить. Потребуется большая работа с сотрудниками.

Заключение

Соответствие организационной культуры и стратегии является важным фактором успеха организации.

Составляющими компонентами организационной культуры являются: ценности, установки, приоритеты сотрудников организации, связанные с их рабочей деятельностью в данной организации; система отношений, определяющая восприятие работниками своей работы в организации; поведенческие нормы, определяющие действия и поведение сотрудников.

Проводимый автором анализ организационной культуры показал следующее:

1) В соответствии с вызовами, с которыми сталкивается экономический факультет, по классификации МакНея был определен наилучший тип культуры - предпринимательский. Так как в целом ситуация характеризуется необходимостью выхода в международное образовательное пространство и сменностью комфортной среды, для этого требуется целеполагание, четкая политика перспективных целей и вместе с тем слабый контроль. Именно поэтому предпринимательский тип культуры в наибольшей степени соответствует тем изменениям, которые переживает образование.

2) Исследование существующего типа культуры показало, что на факультете преобладает коллегийный тип культуры.

Так как факультет является зрелой организацией, то рассматривались вторичные механизмы (первичные и вторичные механизмы по Э. Шейну) формирования и поддержания организационно культуры. На основе рассмотрения вторичных механизмов, были разработаны следующие рекомендации:

- Организационные системы и процедуры.

Посылать правильные сигналы о том, как правильно поступать в той или иной

ситуации. Так, хорошим сигналом для сотрудников является фонд экономических исследований, то есть, когда факультет часть своих доходов направил на то, чтобы поддерживать исследования. Также еще одним хорошим сигналом является введение эффективных контрактов с научными работниками. Данные сигналы можно использовать для поддержки стратегических изменений.

- Дизайн физического пространства, фасадов и зданий

В настоящий момент дизайн физического пространства (новый корпус НГУ) уже способствует поддержанию предпринимательского типа культуры.

- Истории об определенных лицах и событиях

Формирование системы устойчивых представлений о духе компании, которая доводится до сотрудников организации в неформальной и эмоциональной форме. Желательно освещать на электронном сайте экономического факультета истории о преподавателях и успехах факультета.

- Официальное провозглашение организационной философии, ценностей убеждений.

Сохранение и поддержание духа можно закрепить с помощью посланий о философии, целях организации, ценностей и убеждений.

Список литературы:

1) Эдгар Шейн. Организационная культура и лидерство. СПб: Питер, 2002. — 336 с;

2) Ian McNay. From the Collegial Academy to Corporate Enterprise: The Changing Cultures of Universities. [Электронный ресурс]. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED415725.pdf> ;

3) Peter McCaffery. The Higher Education Manager's Handbook: Effective Leadership and Management in universities and colleges. Routledge Falmer in an imprint of the Taylor & Francis Group. 2004. - 32-48 p;

4) Philip G. Altbach, Liz Reisberg, Laura E. Rumbley. Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution/ A Report for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education. – UNESCO, 2009. – 243 p;

5) Philip G. Altbach. Global perspectives on higher education. The International Imperative in Higher Education / Center for International Higher Education, Boston College, USA;

6) Victoria W. Miroshnik, Dipak Basu. Corporate Culture: Concepts and Issues. Chapter Corporate Culture in Multinational Companies. 2014. - 5-20 p. [Электронный ресурс] http://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137447661_2_.

*Безверхая Т.В.,
магистр 1 курса по направлению «Прикладная информатика»
Филиал ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» в г. Смоленске*

РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ WEB-ПРИЛОЖЕНИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Bezverhaya T.V.,
master of 1 course in «Applied Informatics»
The Smolensk Branch of Moscow Power engineering university*

IMPLEMENTATION OF MARKET RESEARCH USING A WEB APPLICATION AS A WAY TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Аннотация

В статье описан способ проведения маркетингового исследования для решения проблем организации. Предложено создание web-приложение, которое учитывает недостатки существующего сайта для сети кондитерских и реализует опрос пользователей нового сайта с дальнейшим анализом полученных данных.

Abstract

The article describes the way to conduct marketing research to solve organization problems. It is proposed to create a web application that takes into account the shortcomings of the existing site for the confectionery network and implements a survey of users of the new site with further analysis of the data obtained.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, web-приложение, корреляционный анализ, коэффициент Крамера, респонденты, целевая аудитория.

Keywords: marketing research, web application, correlation analysis, Cramer coefficient, respondents, target audience.

В настоящее время различные организации осуществляют постоянную работу по увеличению собственных конкурентных преимуществ. Так, например, кондитерская «Бисквит» за 13-летний опыт работы сформировала достаточно большую целевую аудиторию и на сегодняшний день активно поддерживает коммуникации посредством социальных сетей [1]. С помощью интернет-ресурсов (Вконтакте, Instagram) происходит оповещение о различных акциях, конкурсах, розыгрышах, мастер-классах. Однако в последнее время стало ясно, что поддержание подобных контактов с потребителями является недостаточным, так как конкуренты «Бисквит» («Магия вкусов», «Амулет», «Шоколадное настроение», «Корица», «К чаю») также осуществляют маркетинговые кампании через интернет.

Анализ деятельности кондитерской показал, что в сложившейся ситуации необходимо провести маркетинговое исследование для выявления потребительских предпочтений клиентов. Кроме того, следует создать web-приложение, которое будет являться более надежным и эффективным инструментом для проведения отмеченного выше исследования, чем иные социальные сети.

Таким образом, в процессе разработки приложения для кондитерской «Бисквит» были реализованы следующие этапы [2]:

- проектирование дизайна страниц сайта и макетов;
- разработка физической структура сайта и навигационной структуры;

- создание логической и физической модели предметной области;
- написание программного кода на языках html, php, css.

В рамках маркетингового исследования на сайте был проведен опрос для выявления факторов, влияющих на уровень конкуренции; получения сведений от потребителей о деятельности конкурентов; определения отношения клиентов к кондитерской «Бисквит» и выявления направлений изменения в ассортименте и сервисе, которые в перспективе должны произойти по мнению аудитории.

Результаты разработки главной страницы web-приложения и страница с маркетинговым исследованием, включающим опрос из 11 вопросов, представлены на рисунках 1-2. Посетители данного сайта (клиенты) имеют возможность переходить на любую страницу, знакомиться с общими сведениями о деятельности кондитерской, изучать каталог товаров, оформлять индивидуальный заказ онлайн и проходить по желанию опрос. Важно отметить, что конечными пользователями информации по итогам исследования являются представители кондитерской «Бисквит» и, следовательно, доступ непосредственно к результатам опроса имеет только администратор, который управляет базой данных и, пройдя авторизацию под своим логином и паролем может перейти на вкладку «Результаты опроса» для оценки полученных данных.



Рисунок 1. Главная страница сайта кондитерской «Бисквит»

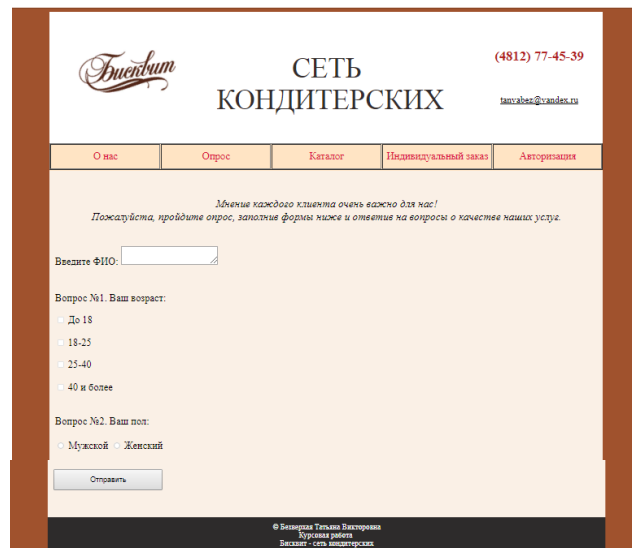


Рисунок 2. Страница сайта кондитерской «Бисквит» с анкетой для потребителей

Результаты исследования выводятся в таблицу, где отмечается количество ответивших на конкретный вопрос человек (рисунок 3). Также на странице отображаются результаты корреляционного анализа, который помогает установить, можно ли предсказывать возможные значения одного показателя, зная величину другого (рисунок 4) [3]. Значимыми показателями были выбраны возраст покупателей и доход, так как при наличии достаточной зависимости между данными параметрами можно установить, какая возрастная группа совершает активные покупки и, исходя из этого, скорректировать дальнейшую маркетинговую политику.

В данном маркетинговом исследовании приняли участие 24 человека. В результате поиска зависимости между показателями дохода и возраста клиентов был получен коэффициент Крамера, равный 0,761. Так как коэффициент находится в промежутке от 0,7 до 0,9, это означает сильную связь между параметрами.

Результат по коэффициенту может быть основанием для принятия отдельных решений в области ценовой политики кондитерской. Например, так как большинство из проголосовавших являются представителями возрастных категорий «до 18 лет» и «18-25 лет» и имеют уровень дохода до 5 тыс. руб. или 5-15 тыс. руб., то для этой части целевой аудитории следует разработать скидочную политику, что предопределяет увеличение спроса на изделия. Политика скидок должна быть направлена на обучающихся общеобразовательных учреждений, а также на студентов образовательных организаций высшего и профессионального образования.

Кроме того, результаты отражают, что большинство опрошенных совершают покупки в кондитерской частотой раз в месяц. Для того, чтобы поддерживать поток клиентов и увеличить его, следует продумать маркетинговую политику в области скидок и предложить покупателям, к примеру, при количестве более трех покупок за месяц скидку (10%).

Сколько человек ответило на вопрос:	
1. Ваш возраст:	
До 18 лет:	3 человек(а)
18 - 25 лет:	11 человек(а)
25 - 40 лет:	3 человек(а)
40 лет и более:	7 человек(а)
2. Каковы Ваши доходы?	
До 5 000 тыс. руб.	10 человек(а)
5 000 - 10 000 тыс. руб.	4 человек(а)
10 000 - 20 000 тыс. руб.	человек(а)
20 000 - 30 000 тыс. руб.	человек(а)
3. Ваш пол:	
Женский:	7 человек(а)
Мужской:	17 человек(а)
4. Как часто вы пользуетесь услугами нашего магазина?	
Каждую неделю:	1 человек(а)
Раз в месяц:	9 человек(а)
Раз в несколько месяцев:	7 человек(а)
Раз в полгода:	5 человек(а)
Раз в год:	2 человек(а)
5. Довольны ли Вы услугами нашего магазина?	
Да:	17 человек(а)
Нет:	7 человек(а)
6. Что, по-Вашему, заслуживает высшей оценки в нашем офисе?	
Сервис:	7 человек(а)
Цены на изделия:	12 человек(а)
Качество изделий:	8 человек(а)
Дополнительные услуги:	6 человек(а)
7. Что из имеющегося ассортимента Вы бы хотели расширить?	
Пирожные:	12 человек(а)
Караваи:	7 человек(а)
Торты:	7 человек(а)
Все вышеперечисленное:	4 человек(а)
8. Важна ли для Вас упаковка и праздничное оформление кондитерского изделия?	
Да:	14 человек(а)
Нет:	10 человек(а)
9. Хотели бы Вы, чтобы открылось тематическое заведение (кафе) Бисквит?	
Да:	12 человек(а)
Нет:	12 человек(а)
10. Торты с какой начинкой Вы предпочитаете?	
Сметанный крем:	10 человек(а)
Взбитые сливки:	14 человек(а)
Йогуртовый мусс:	12 человек(а)
Суфле:	9 человек(а)
Творог:	12 человек(а)
11. Какие коржи в тортах Вы предпочитаете?	
Ванильный бисквит:	14 человек(а)
Шоколадный бисквит:	13 человек(а)
Бисквит с добавлением фруктов:	11 человек(а)
Песочные коржи:	5 человек(а)
Заварные медовые коржи:	5 человек(а)
Участвовало в опросе:	
	24 человек(а)

Рисунок 3. Результат ответов на вопросы исследования

Статистические показатели:

Показатель №1 (Возраст)

№П/П	Группа	Количество ответивших
1	До 18	3
2	18-25 лет	11
3	25-40 лет	3
4	40 лет и более	7

Показатель №2 (Доход)

№П/П	Группа	Количество ответивших
1	До 5 тыс. руб.	5
2	5 - 15 тыс. руб.	5
3	15 - 30 тыс. руб.	10
4	30 - 50 тыс. руб.	4

Коэффициент корреляции:

Группа	до 5 тыс. руб.	5-15 тыс. руб.	15-30 тыс. руб.	30-50 тыс. руб.
До 18 лет	0.6	0.6	0.3	0.75
18-25 лет	2.2	2.2	1.1	2.75
25-30 лет	0.6	0.6	0.3	0.75
40 и более	1.4	1.4	0.7	1.75

Результаты корреляционного анализа между критериями «возрастная категория» и «доходы» покупателей.

Коэффициент Крамера: 0.76132601552

Вывод: между возрастом и доходом существует сильная зависимость.

Рисунок 4. Результаты расчета коэффициента корреляции

Важно отметить, что из 24 респондентов 17 человек довольны услугами кондитерской, 7 человек – нет. На вопрос «Важна ли для Вас упаковка изделия?» 14 человек от общего числа респондентов ответило, что для них важно оформление кондитерского изделия, следовательно кондитерской необходимо закупить необходимые материалы и таким образом красивого оформления изделия при желании клиентов.

Таким образом, данное приложение решает задачи по информированию потенциальных клиентов о меню, услугах и предложениях кондитерской «Бисквит»; по проведению анкетирования потребителей, которое ориентировано на выявление способов повышения конкурентоспособности и изучение предпочтений клиентов; по обработке результатов опроса. Сайт идентично отображается во всех современных браузерах: Mozilla FireFox, Opera, Google Chrome.

Использование web-приложения для кондитерской «Бисквит» играет большую роль, так как с

его помощью можно добиться популяризации бренда. Кроме того, в настоящее время люди оценивают магазины, кафе, рестораны не только по обычным критериям (качество продукции, блюд и обслуживания, обстановка в помещении), но и по наличию эргономично оформленного сайта, содержащего полезную информацию, которую представитель целевой аудитории может своевременно получить.

Список литературы

1. Сайт кондитерской «Бисквит» [Электронный ресурс] URL: <http://www.biskvit-sm.ru> (дата обращения: 04.04.2019).

2. Справочник web-дизайнера: Рецепты CSS и HTML [Электронный ресурс] URL: <http://htmlbook.ru> (дата обращения: 04.04.2019).

3. Сурин А. В. Маркетинговые исследования. Общая теория [Электронный ресурс] URL: <http://surin.marketolog.biz> (дата обращения: 04.04.2019).

УДК: 339.138

Безверхая Т.В.,
магистр 1 курса по направлению «Прикладная информатика»
Филиал ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» в г. Смоленске

ИНСТРУМЕНТЫ ПОИСКА КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ СНИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ МАРКЕТИНГОВОЙ КАМПАНИИ

Bezverhaya T.V.,
master of 1 course in «Applied Informatics»
The Smolensk Branch of Moscow Power engineering university

TOOLS TO SEARCH FOR KEY FACTORS TO REDUCE COMPETITIVE ADVANTAGES TO DETERMINE THE PRIORITY DIRECTIONS OF THE MARKETING CAMPAIGN

Аннотация.

В статье описываются способы поиска проблем, негативно влияющих на состояние организации. С помощью диаграммы Исикавы и метода Дельфи определяются ключевые факторы, которые необходимо изучить в процессе маркетингового исследования для формирования рекомендаций по решению проблемы конкуренции.

Abstract.

The article describes how to find problems that adversely affect the state of the organization. Using the Ishikawa diagram and the Delphi method, key factors are identified that need to be studied in the marketing research process in order to formulate recommendations for solving the competition problem.

Ключевые слова: конкуренция, маркетинговое исследование, диаграмма Исикавы, метод Дельфи, коэффициент конкордации, web-приложение.

Keywords: competition, market research, Ishikawa diagram, Delphi method, concordance coefficient, web-application.

Конкуренция, как известно, является неотъемлемой частью рыночной экономики России, и в настоящее время различные организации проводят постоянную работу по увеличению собственных конкурентных преимуществ. Так, например, кондитерская «Бисквит» за 13-летний опыт работы сформировала достаточно большую целевую аудиторию и на сегодняшний день активно поддерживает коммуникации посредством социальных сетей. С помощью интернета-ресурсов (Вконтакте, Instagram)

происходит оповещение о различных акциях, конкурсах, розыгрышах, мастер-классах. Однако в последнее время стало ясно, что поддержания подобных контактов с потребителями недостаточно, так как конкуренты «Бисквит» также осуществляют маркетинговые кампании через интернет [1].

Среди имеющихся в городе Смоленске конкурентов кондитерской наиболее известными являются «Магия вкусов», «Амулет», «Шоколадное настроение», «Корица», «К чаю». В сравнении с

ними «Бисквит» имеет средние цены, что связано с тем, что при отсутствии особых заказов, кондитерская ориентирована на производство серийных изделий, которые не требуют особой ручной работы (что наоборот свойственно кондитерским «Шоколадное настроение» и «Корица», которые предлагают завышенные цены на взгляд потребителя со средним доходом).

Для анализа вопроса повышения конкурентоспособности кондитерской «Бисквит» посредством изучения особенностей и предпочтений покупателей были выделены четыре аспекта (продукция, обслуживание, персонал, маркетинговая политика) и построена диаграмма Исикавы, которая отражает негативные явления, влияющие на успешный результат деятельности (рисунок 1).

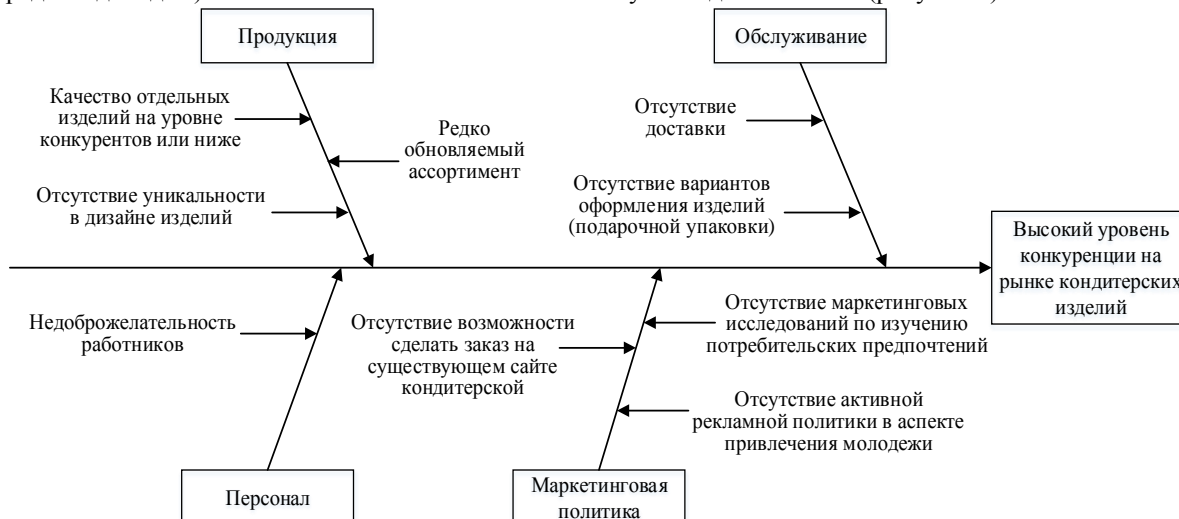


Рисунок 1. Диаграмма Исикавы для проблемы высокого уровня конкуренции на рынке кондитерских изделий

Наиболее значимые факторы, оказывающие влияние на проблемную область, были выявлены с помощью метода Дельфи, который используется для экспертного прогнозирования путем организации системы сбора и математической обработки экспертных оценок [2].

Согласованность мнений экспертов оценивается по величине коэффициента конкордации по формуле [2]:

$$W = \frac{12 \cdot S}{n^2(m^3 - m)} \quad (1)$$

где

S – сумма квадратов отклонений всех оценок рангов каждого объекта экспертизы от среднего значения;

n – число экспертов;

m – число объектов экспертизы.

Количество экспертов (n) равно 10, количество объектов экспертизы (m) - 9. Полученные результаты, основанные на мнении независимых экспертов, представлены на рисунке 2.

Эксперты	Качество отдельных изделий на уровне конкурентов или ниже	Отсутствие уникальности в дизайне изделий	Редко обновляемый ассортимент	Отсутствие доставки	Отсутствие вариантов оформления изделий (подарочной упаковки)	Недобросовестность работников	Отсутствие возможности сделать заказ на существующем сайте кондитерской	Отсутствие маркетинговых исследований по изучению потребительских предпочтений	Отсутствие активной рекламной политики в аспекте привлечения молодежи	Итого
Эксперт 1	5	1	4	4	2	5	5	5	5	
Эксперт 2	4	2	4	4	1	5	5	5	5	
Эксперт 3	5	2	4	4	2	5	5	5	4	
Эксперт 4	5	2	3	4	2	5	5	4	4	
Эксперт 5	5	2	4	5	1	5	5	4	5	
Эксперт 6	4	1	4	4	2	4	4	5	5	
Эксперт 7	5	2	4	4	2	5	5	4	5	
Эксперт 8	5	2	3	4	2	5	5	5	5	
Эксперт 9	5	1	4	4	2	4	4	5	5	
Эксперт 10	5	1	4	4	3	5	4	5	5	
Сумма рангов	48	16	38	41	19	48	47	47	48	
Квадрат суммы	2304	256	1444	1681	361	2304	2209	2209	2304	
Кoeffициент конкордации, W	0,00319									
Сумма квадратов отклонений, S	13767,11									

Рисунок 2. Наиболее значимые факторы, оказывающие влияние на проблемную область

Согласно данному методу, если коэффициент конкордации равен 1, то это означает полную согласованность мнений экспертов, если 0 – полную несогласованность. В результате вычислений был получен коэффициент конкордации, который равен 0,003. Это говорит об очень низкой согласованности экспертных оценок (отсутствии общности мнений), либо о наличии внутри этой совокупности отдельных групп, характеризующихся высокой внутренней согласованностью мнений [3].

По методу Дельфи экспертами были также определены наиболее значимые факторы проблемной области, на которые можно оказать влияние, результаты чего представлены на рисунке 3. Как и в предыдущем случае был получен низкий коэффициент конкордации, равный 0,013. Для решения поставленной проблемы экспертами было принято решение взять среднее значение оценок для оценки факторов значимости и влияния, что отражено в таблице 1.

Эксперты	Качество отдельных изделий на уровне конкурентов или ниже	Отсутствие уникальности в дизайне изделий	Редко обновляемый ассортимент	Отсутствие доставки	Отсутствие вариантов оформления изделий (подарочной упаковки)	Недобросовестность работников	Отсутствие возможности сделать заказ на существующем сайте кондитерской	Отсутствие маркетинговых исследований по изучению потребительских предпочтений	Отсутствие активной рекламной политики в аспекте привлечения молодежи	Итого
Эксперт 1	2	1	2	2	1	2	4	5	5	
Эксперт 2	2	2	1	2	1	2	3	5	5	
Эксперт 3	2	2	2	1	1	1	3	5	4	
Эксперт 4	1	1	2	1	2	1	3	5	5	
Эксперт 5	1	2	2	1	1	1	3	5	4	
Эксперт 6	1	2	1	1	1	2	4	5	5	
Эксперт 7	2	2	2	1	1	1	3	5	4	
Эксперт 8	2	2	3	2	2	1	3	5	5	
Эксперт 9	2	3	3	1	1	1	4	5	5	
Эксперт 10	2	3	2	1	1	1	2	5	5	
Сумма рангов	17	20	20	13	12	13	32	50	47	
Квадрат суммы	289	400	400	169	144	169	1024	2500	2209	
Кoeffициент конкордации, W	0,01291									
Сумма квадратов отклонений, S	5575,11									

Рисунок 3. Наиболее значимые факторы проблемной области, на которые можно оказать влияние

Наиболее значимые факторы, оказывающие влияние на проблемную область и на которые можно оказать влияние

Факторы	Качество отдельных изделий на уровне конкурентов или ниже	Отсутствие уникальности в дизайне изделий	Редко обновляемый ассортимент	Отсутствие доставки	Отсутствие вариантов оформления изделий (подарочной упаковки)	Недоброжелательность работников	Отсутствие возможности сделать заказ на существующем сайте кондитерской	Отсутствие маркетинговых исследований по изучению потребительских предпочтений	Отсутствие активной рекламной политики в аспекте привлечения молодежи
Значимость	5	2	4	4	2	5	5	5	5
Влияние	2	2	2	1	1	1	3	5	5

Проведенный количественный анализ выявил факторы, воздействие на которые с помощью информационных технологий не даст результатов: качество отдельных изделий на уровне конкурентов или ниже; недоброжелательность работников. Факторами, на которые можно оказать влияние посредством создания приложения являются: отсутствие возможности сделать заказ на существующем сайте кондитерской; отсутствие активной рекламной политики в аспекте привлечения молодежи; отсутствие маркетинговых исследований по изучению потребительских предпочтений.

Анализ деятельности кондитерской показал, что в сложившейся ситуации необходимо провести маркетинговое исследование для выявления потребительских предпочтений клиентов. Кроме того, предлагается усовершенствовать существующее web-приложение кондитерской, которое будет являться эффективным инструментом для проведения отмеченного выше исследования.

Предполагается, что посредством информационных технологий можно исправить следующие неудовлетворительные аспекты текущей деятельности:

- отсутствие возможности сделать заказ на сайте кондитерской;
- отсутствие активной рекламной политики в аспекте привлечения молодежи;
- отсутствие маркетинговых исследований по изучению потребительских предпочтений.

Целью разработки web-приложения является создание сайта, который позволит потенциальным потребителям осуществлять заказ онлайн на одной из вкладок, а также сделает возможным детальное изучение предпочтений клиентов. Цель маркетингового исследования – проведение опроса на сайте для выявления факторов, влияющих на уровень конкуренции; для получения сведений от потребителей о деятельности конкурентов; определение отношения клиентов к кондитерской «Бисквит»;

определение изменений в ассортименте и сервисе, которые в перспективе должны произойти по мнению аудитории.

В процессе разработки приложения для кондитерской «Бисквит» необходимо реализовать следующие этапы: проектирование дизайна страниц сайта и макетов; разработка физической структура сайта и навигационной структуры; создание логической и физической модели предметной области; определение требований верстке и характеристик будущего сайта.

Таким образом, с помощью диаграммы Исикавы были выявлены проблемы, влияющие на уровень конкуренции на рынке кондитерских изделий. Использование метода Дельфи позволило определить наиболее значимые факторы, оказывающие влияние на проблемную область, а также факторы, на которые можно воздействовать с помощью web-приложения. По итогам реализации сайта и маркетингового исследования должно происходить полноценное информирование потенциальных клиентов о меню, услугах и предложениях кондитерской «Бисквит»; регулярное проведение опроса потребителей, который будет ориентирован на выявление их предпочтений; обработка результатов опроса с помощью корреляционного анализа для получения потенциальных объективных вариантов решения проблем.

Список литературы

1. Сайт кондитерской «Бисквит» [Электронный ресурс] URL: <http://www.biskvit-sm.ru> (дата обращения: 04.04.2019).
2. Савельев А.Ю., Мананкова Е.В. Экспертный анализ программного обеспечения для web-разработки по методу Дельфи // Вестник научных конференций. 2016. № 5-5 (9). С. 299-302.
3. Сурин А. В. Маркетинговые исследования. Общая теория [Электронный ресурс] URL: <http://surin.marketolog.biz> (дата обращения: 04.04.2019).

Бердышев Олег Вячеславович

доцент, кандидат педагогических наук

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
кафедра «Финансы, кредит и биржевое дело».

г. Пермь, ул. Дзержинского, 2а.

К ВОПРОСУ О КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ РИСКОВ

Berdyshev Oleg Vyacheslavovich

Associate Professor, Candidate of Pedagogical Sciences

Perm State National Research University,

Department of Finance, Credit and Exchange Business.

Perm, st. Dzerzhinsky, 2a.

TO THE QUESTION OF QUANTITATIVE RISK ASSESSMENT

Аннотация.

Количественная оценка риска, как комплексная числовая мера, в совокупности характеризующая как вероятность возникновения рисков ситуации, так и ущерб, ей вызываемой. Представлен базовый подход к определению этого понятия.

Abstract.

Quantitative risk assessment, as a complex numerical measure, in the aggregate characterizing both the probability of a risk situation and the damage caused to it. A basic approach to the definition of this concept is presented.

Ключевые слова: Риск, числовая мера, вероятность, ущерб.

Keywords: Risk, numerical measure, probability, damage.

В настоящей работе рассматриваются вопросы количественной оценки риска в рамках задач обеспечения управления деятельностью экономической организации.

Риск, как фактор влияющий на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта, должен быть измеряем. Кроме того, должны быть количественные методы как оценки его самого, так и оценки методов, управляющих его параметрами.

Разумная деятельность хозяйствующего субъекта предполагает комплексную организацию и управление этой деятельностью на базе прогнозов ее результатов [1]. Поскольку точность прогнозирования зависит от случайных факторов, неизменно присутствующих в реальности, естественным образом ставятся задачи их оценки и управления ими.

Базовыми нормативными документами в этой области являются [2,3].

Согласно [2], первым этапом оценки риска является его идентификация.

Этап идентификации предполагает так называемую качественную оценку риска [4]. Здесь определяются виды рисков и их последствия. Осуществляется их классификация.

И уже на этом этапе формируется не разрешенный вопрос о том, что такое риск? Причем этот вопрос открыт не только с экономической позиции.

Риск сам по себе не бывает. Нет такого абстрактного понятия «риск». Есть конкретное понятие риск события (процесса, явления и т.п.).

То есть риск – это некоторая характеристика события, процесса, явления – действия или деятельности.

Качественная классификация рисков – по сути – качественная классификация рисков событий. В номенклатуре даже термин соответствующий введен – таксономия. Правда в номенклатуре рассматривается другая характеристика рисков событий – опасность.

Рисковое событие – это некоторое событие, которое может привести к последствиям, интуитивно оцениваемые человеком как нежелательные.

Как следует из теории вероятностей, все события мы подразделяем на невозможные, случайные и достоверные. Первые и третьи нас не особо интересуют, поскольку их оценка тривиальна. А вот что касается событий случайных – именно они являются предметом изучения в области рискологии.

Оперируя со случайными величинами, используя классический инструментальный алгебры событий и алгебры вероятностей событий, не сложно оценить вероятность наступления искомого рисков события [5].

Наиболее часто используемым методом оценки вероятности рисков события является построение дерева причин.

В частности, это можно продемонстрировать на следующем примере.

Пусть искомым оцениваемым рисков событием является событие U , которое может произойти только при появлении одного из несовместных событий U_1, U_2, U_3 .

Они в свою очередь являются следствием одновременного появления совместных событий:

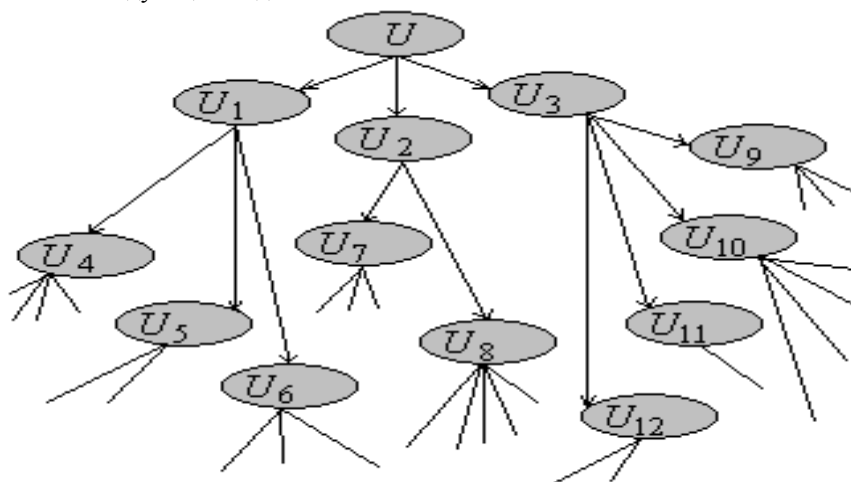
U_4, U_5, U_6 , для события U_1 ;

U_7, U_8 , для события U_2 ;

$U_9, U_{10}, U_{11}, U_{12}$, для события U_3 .

И так далее.

Тогда соответствующее дерево событий будет иметь принципиально следующий вид.



Вероятность наступления соответствующего рисковому событию будет вычисляться по следующей схеме:

$$P(U) = P(U_1) + P(U_2) + P(U_3) = \\ = P(U_4)P(U_5)P(U_6) + P(U_7)P(U_8) + P(U_9)P(U_{10})P(U_{11})P(U_{12}) = \dots$$

Однако вероятность рисковому событию, еще не риск! Риск зависит от последствий реализации соответствующего рисковому события – от ущерба им вызываемого.

Ущерб рисковому событию, связанного с экономической деятельностью организации, предполагается классифицировать следующим образом:

- 1) материальный и не материальный;
- 2) возмездимый и невозмездимый.

Материальный ущерб рисковому событию предполагает возможность естественной, объективной экономической оценки последствий рисковому события: разрушение оборудования, травмирование сотрудников, кража и т.п.

Не материальный ущерб предполагает в общем случае невозможность объективной оценки последствий: кража интеллектуальной собственности, разрушение объектов исторического, культурного и пр. назначения и т.п.

Возмездимость ущерба предполагает возможность восстановления или хотя бы объективной компенсации ущерба, вызванного последствиями рисковому ситуации.

К невозмездимому ущербу отнесем экологический ущерб и опять-таки ущерб объектам исторического, культурного т.п. назначения.

Если возможность объективной оценки и компенсации невозможна, ущерб измеряется условно (искусственно) посредством экспертного оценивания. Например, суммой страхового возмещения.

Итак, вероятность события и ущерб от него можно измерить (хотя бы оценить). Теперь можно перейти задаче количественной оценки риска.

Количественной оценкой риска будем называть некоторую числовую величину, комплексно количественно характеризующую как вероятность

наступления соответствующего рисковому события, так и ущерб, им вызываемый.

Вероятность – величина безразмерная, а ущерб вполне можно измерить (оценить) в денежном эквиваленте. Вполне обоснованно исходя из этого, риск – произведение вероятности на ущерб. Как результат, по сути, риск события – ожидаемая величина ущерба, вызванного этим событием.

В общем случае функцию риска можно рассматривать следующим образом:

$$R = R(U, P(U))$$

В этом случае, оценка риска дискретно распределенного ущерба:

$$R(U, P(U)) = \sum_{i=1}^n U_i P_i$$

Оценка риска непрерывно распределенного ущерба:

$$R(U, P(U)) = \int_D U f(U) dU$$

Проще всего, когда рассматривается некоторая совокупность риск-факторов, характеризующих деятельность организации: рентабельность, прибыль, доходность, списочная численность работников и т.п. В этом случае, любой (и каждый) из этих факторов может определять ущерб рисковому событию со своей стороны.

Например, потери рентабельности, прибыли, доходности... и пр.

В этом случае каждый из риск-факторов, характеризующих свою сторону экономической деятельности организации, – некоторая случайная величина.

Тогда задача оценки деятельности организации (в том числе в аспекте риска), по факту – задача анализа многофакторной случайной величины.

Эти задачи достаточно широко известны и, таким образом, вопрос количественной оценки рисков решаем.

Список используемых источников

1. Финансовые риски: учебное пособие / М.Л. Кричевский. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 248 с.

2. ГОСТ Р ИСО 31000-2010 Менеджмент риска. Принципы и руководство.

3. ГОСТ Р ИСО 31010-2011 Менеджмент риска. Методы оценки риска.

4. Профессиональный риск. Оценка и определение. Практическое пособие. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2010. – 336 с.

5. Валентинов В.А. Эконометрика: Учебник / В.А. Валентинов. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2012. – 448 с.

УДК: 330

Васьков А. Б.

ФГБОУ ВПО Финансовый университет при Правительстве РФ

ПРИЧИНЫ ПРИНЯТИЯ ВЕЛИКОБРИТАНИЕЙ РЕШЕНИЯ О ВЫХОДЕ ИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Vaskov A. B.

Financial University under the Government of the Russian Federation

THE REASONS FOR THE ADOPTION OF THE UNITED KINGDOM REENIE OF WITHDRAWAL FROM THE EUROPEAN UNION

Аннотация.

Цель этой статьи – рассмотреть причины ставшие основополагающими при принятии Великобританией решения о выходе из ЕС.

Abstract.

The purpose of this article is to consider the reasons that have become fundamental in the UK decision to withdraw from the EU.

Ключевые слова: Британия, брексит, ЕС.

Key words: Britain, brexit, EU.

Одним из наиболее резонансных событий для мировой экономики в 2016 году является проведение референдума о членстве Великобритании в ЕС, поскольку за долгое время страна впервые решила выйти из его состава. Последствия выхода Британии из Евросоюза существенно отразятся на трансформации внешнеэкономических связей между одной из ведущих экономических держав мира и странами Европейского Союза.

Что же является причинами, по которым для Великобритании стало невозможным нахождение в Европейском Союзе? Условно их можно свести к следующим пунктам.

1. Отрицательный торговый баланс. В момент, когда Британия вступила в ЕЭС, участие в «Общем рынке» предполагало содействие развитию и процветанию торговли страны. Но вопреки всему, в период с 1973 по 2015 гг. в ходе торговли с участниками ЕС государство накопило дефицит торгового сальдо в размере 723,6 млрд. фунтов стерлингов. В то время, как торговля с несоюзными странами оставалась с положительным балансом.

2. ЕС в качестве таможенного союза. С самого начала Великобритания выступала за создание зоны свободной торговли и была против функционирования Европейского Союза как таможенного сообщества. При осуществлении деятельности таможенного союза, можно проследить тенденции стран к протекционизму. Как говорилось ранее в предыдущей главе, аграрная политика и единый

внешний тариф способствовали искажению структуры британской торговли (ввиду государственной поддержки развития сельскохозяйственного сектора экономики) и сдерживанию налаживания торговых отношений между Великобританией и остальными государствами.

3. Отсутствие справедливости в распределении доходов бюджета союза. Один из самых острых вопросов участия Соединенного Королевства в ЕС – формирование общего бюджета. Еще в 70-х гг. прошлого века проблема перераспределения бюджетных средств стала причиной кризиса Европейского Сообщества. Дело в том, что разница между членскими взносами и получением средств из бюджета огромна. Лишь Германия и Великобритания выступали нетто-донорами, при этом первая имеет больший объем на душу населения, чем Британия.

4. Миграционный кризис в Европе. Великобритания считается наиболее привлекательной страной для мигрантов. В 2015 году в Кале начал развиваться миграционный кризис. Тогда сотни мигрантов, желавших попасть в Британию, собрались около грузового терминала и пытались за него проникнуть. В то время Великобритания потратила 8,4 млн. фунтов стерлингов на обеспечение усиленной

безопасности евроторонеля и стоянки грузовых автомобилей¹.

До кризисного периода увеличение миграционных потоков в Великобританию было связано с Единым рынком Европейского Союза и, соответственно, со свободным перемещением рабочей силы.

Тем не менее, Европейский Союз отказывался содействовать ограничению миграционного потока, отмечая, что это противоречит основам Общего рынка². Поэтому на момент проведения референдума, многие граждане дали положительный ответ в пользу Брекзита надеясь, что это ограничит приток мигрантов в страну.

5. Общая сельскохозяйственная политика в Европейском Союзе. Великобритания не получает в полной мере фермерские субсидии, так как имеет очень маленькую долю аграрного производства в ВВП (около 0,7%). Одновременно около 19% сельскохозяйственной продукции импортируется из стран, не являющихся членами ЕС, к которым применяется высокий тариф, что, в свою очередь, ведет к увеличению цен на конечный продукт. Можно отметить, что британская семья, состоявшая из 4-х человек в год, платит в среднем около 1000 фунтов стерлингов на затраты осуществления Общей сельскохозяйственной политики. Одна половина данной суммы формируется за уплаты высоких налогов, а вторая образуется за счет цен, которые превышают средний уровень стоимости продуктов питания по всему миру.

6. Чрезмерное регулирование предпринимательского сектора. Британские эксперты утверждают, что излишнее регулирование бизнеса является одним из основных барьеров развития данной области. Европейский Союз пытается ужесточить контроль над предпринимательством, принимая все большее количество нормативно-правовых актов. Корректировка национальной политики в соответствии с законодательством Европейского Союза, непосредственно влияет на правительство, частный сектор и бизнес; данные расходы отражаются на выплатах налогоплательщиков и потребителей.

7. Жесткая политика в сфере занятости. Как отмечалось ранее в работе, уровень безработицы в Британии был вдвое ниже, чем в других европейских странах (4,7% против 8,3% в ЕС в октябре 2016 года). Британия отказалась подписывать в 1989 году Хартию об основных социальных правах, ссылаясь на то, Великобритания необходимо обеспечить функционирование более гибких рынков труда, чем установлено в нормах социальной политики Европейского Союза.

8. Централизация монетарной политики. Великобритания не вступила в ЕВС, как уже было упомянуто в первой главе, еще на первом этапе со-

здания союза. Отсутствие желания у Великобритании присоединиться к еврозоне было весьма обоснованным. Это объяснялось существенными различиями британской и европейской экономики. Великобритания имеет ряд факторов, которые выделяют ее на фоне остальных стран ЕС: большая доля экспорта высоких технологий; бизнес, ориентированный на сферу услуг; прибыль, полученная от иностранных инвестиций гораздо выше, чем от экспорта промышленности.

9. Неэффективность фискальной политики. Британская система налогообложения существенно отличается от действующей европейской. Великобритания характеризуется преобладанием прямых налогов над косвенными, фискальная централизация и социальная система, соответствующая интересам страны. В то время, как одни из ведущих государств ЕС – Германия и Франция – в 2014 году выплачивали правительству только 30,3% и 34,3% от всех налоговых поступлений соответственно, центральное правительство Великобритании взимало практически 95% от суммы налогов³.

10. Единая торговая политика. Свобода торговли – основополагающий аспект внешнеэкономической деятельности Британии. Великобритании больше преемственна Североатлантическая зона свободной торговли по сравнению с таможенным союзом ЕС. НАФТА не ограничивает государство в правах устанавливать торговые отношения с другими странами⁴.

Таким образом, данные причины стали почвой для принятия столь веского решения о выходе из ЕС. Безусловно, еще в XX веке Великобритания всеми силами пыталась диктовать свои условия и активно бойкотировала многие европейские проекты. Многие эксперты утверждают, что нахождение Великобритании в ЕС – это, своего рода, трамплин для реализации собственных интересов Британии. Поэтому Великобритания начинает налаживать внешнеэкономические связи с государствами вне зоны, с целью реализовать свою деятельность на глобальных рынках.

Список литературы

1. Хахалкина Е. В. Иммиграционная проблема в Великобритании после референдума о брекзите : что изменилось? // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2017 – № 421 – С. 163–170.
2. Migration Crisis. Seventh Report of Session 2016–2017. (2016). In: House of Commons publications. URL: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201617/cmselect/cmhaff/24/24.pdf>
3. Six countries at G20 keen on UK trade talks, says Theresa May. The Guardian, 5 September 2016. P. 18. URL: <https://www.theguardian.com/world/2016/sep/05/fivecountries-at-g20-keen-on-uk-trade-talks-says-theresa-may>. Дата обращения: 05.01.2019.

¹ Migration Crisis. Seventh Report of Session 2016–2017. (2016). In: House of Commons publications. URL: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201617/cmselect/cmhaff/24/24.pdf> (accessed 29.08.2018).

² Хахалкина Е. В. Иммиграционная проблема в Великобритании после референдума о брекзите : что изменилось? // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2017 – № 421 – С. 163–170.

³ Six countries at G20 keen on UK trade talks, says Theresa May. The Guardian, 5 September 2016. P. 18. URL: <https://www.theguardian.com/world/2016/sep/05/fivecountries-at-g20-keen-on-uk-trade-talks-says-theresa-may>. Дата обращения: 05.01.2019

⁴ Тэтчер М. Искусство управления государством: стратегии для меняющегося мира. Пер. с англ. 6-е изд. М., Альпина Паблишер, 2016. С. 436.

Горчак Марина Олеговна,

*доцент кафедры экономики таможенного дела, кандидат экономических наук.
Российская таможенная академия.*

ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ (ОТРАСЛЕВОЙ АСПЕКТ)

Gorchak Marina Olegovna,

*Associate Professor of the Department of Economics of customs,
candidate of economic Sciences., Russian customs Academy*

UNEMPLOYMENT PROBLEMS IN THE RUSSIAN ECONOMY (BRANCH ASPECT)

Аннотация.

Данная статья посвящена анализу проблемы безработицы в российской экономике в отраслевом аспекте. В ходе работы была выявлена актуальность рассматриваемой проблемы, изучены работы различных авторов относительно данной тематики, исследованы показатели численности безработных в основных отраслях отечественной экономики, выявлены наиболее проблемные отрасли, и предложены рекомендации по сокращению безработных в них.

Abstract.

This article is devoted to the analysis of a problem of unemployment in the Russian economy in branch aspect. During work the relevance of the considered problem was revealed, works of various authors of rather this subject are studied, indicators of number of the unemployed in primary branches of domestic economy are investigated, the most problem industries are revealed, and recommendations about reduction of the unemployed in them are offered.

Ключевые слова: безработица, отрасль, рынок труда, рабочая сила, трудовые ресурсы.

Keywords: unemployment, industry, labor market, labor, human resources.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что безработица оказывает существенное влияние на развитие экономики, в частности отрицательное, поскольку она отражает нерациональное использование трудовых ресурсов, а также влечет за собой снижение объема валового внутреннего продукта, что является одним из основных показателей развития экономики страны. Особое значение имеет анализ безработицы в отраслевом аспекте, так как высокие значения количества безработных в приоритетных отраслях развития экономики Российской Федерации выступают серьезными барьерами для увеличения качественных и количественных показателей экономической деятельности.

На сегодняшний день данный вопрос является объектом изучения большого количества авторов. Так, Михалькевич Д. А. в своей работе рассматривает определение безработицы и причины её образования [4]. Змановская Е. А., Мынбаева К. К. и Клочихина Д. О. исследуют влияние безработицы и РФ [2], а Мирзоев Ф. С. акцентирует свое внимание на безработице в сельском хозяйстве [3].

Отраслевой аспект безработицы характеризуется, в частности, количеством незанятых по основным группам занятий, что представлено на рисунке 1 [1].

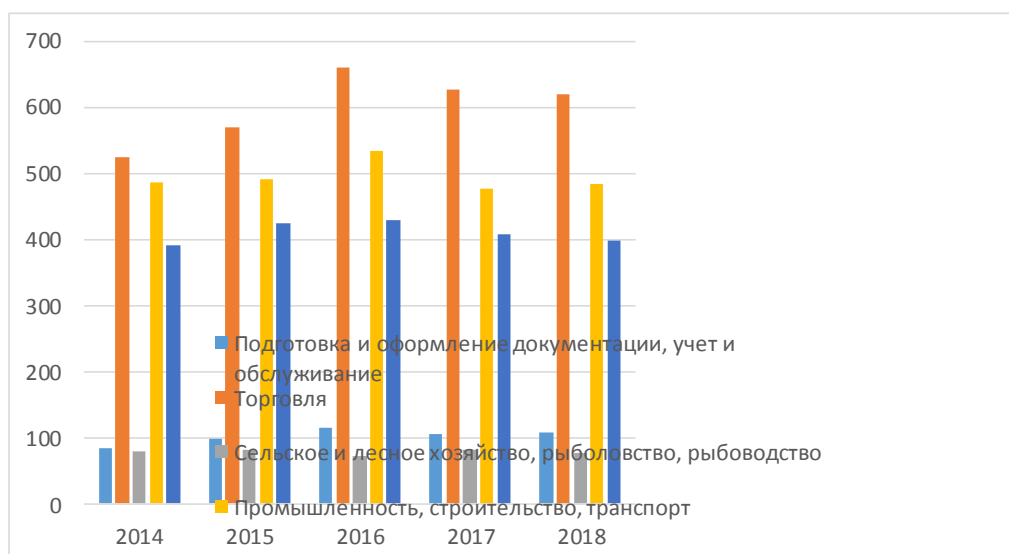


Рисунок 1. Численность безработных по группам занятий (тыс. чел.) [6]

На основании данных, представленных на рисунке 1, можно сделать следующие выводы:

1. Численность безработных по всем продемонстрированным группам занятий с 2014 г. увеличивается, что обусловлено нестабильными экономическими и политическими ситуациями в стране в данный период и развивающимися кризисными явлениями. С 2017 г. наблюдается снижение количества незанятых в результате становления отечественной экономики и стабилизации экономических процессов.

2. Наибольшее количество безработных наблюдается в сфере торговли, которая относится к одноименной отрасли. Обусловлено это высоким уровнем текучести в данной отрасли, вызванным высокими требованиями к работнику торговли, в частности, относительно стажа работы и уровня образования, и высоким уровнем материальной ответственности.

3. Численность безработных, основной вид работы которых относится к таким отраслям, как «промышленность», «строительство» и «транспорт», имеет высокие значения и скачкообразный характер. Основными причинами безработицы в данных отраслях являются [5]:

- Несоответствие уровня образования работников требованиям работодателей;
- Нежелание высококвалифицированных специалистов занимать низкооплачиваемые и менее престижные должности;
- Распространение неофициального трудоустройства в данных отраслях.

4. В отрасли машиностроения динамика безработных не стабильна, а проблема безработицы обусловлена, в основном, большим уровнем предложения рабочей силы специалистами, имеющими среднее образование по сравнению с уровнем спроса на рабочую силу, необходимую машиностроительным предприятиям.

5. Количество безработных в группе занятий «подготовка и оформление документации, учет и обслуживание», которое можно отнести к отрасли информационных технологий, на протяжении рассматриваемого периода увеличилось. Основная причина этого заключается в высоком уровне спроса на вакансии информационных сфер, которые обладают престижностью, возможностью карьерного роста и популярностью, в частности, среди молодежи, которая является наиболее уязвимой группой безработных.

6. В отрасли сельского хозяйства численность безработных на протяжении периода с 2014 по 2018 гг. практически не изменяется, поскольку спрос и предложение рабочей силы в данной сфере практически не зависят от внешних факторов, за исключением фактора сезонности.

Проведенный в работе анализ показал, что наибольшее распространение проблемы безработицы имеют в таких отраслях экономики, как «торговля», «промышленность» и «машиностроение». Данная ситуация имеет негативный характер, поскольку данные отрасли являются одними из приоритетных направлений развития социально-экономической политики Российской Федерации.

Для решения выявленной проблемы предлагаются следующие рекомендации:

- Организация органами занятости населения курсов повышения квалификации работников торговли;
- Стимулирование граждан к трудоустройству на рабочие специальности на промышленных предприятиях;
- Сотрудничество органов занятости населения с учебными заведениями с целью урегулирования требуемого на рынке труда уровня образования.

Предполагается, что данные рекомендации будут способствовать снижению занятости в приоритетных отраслях развития российской экономики.

Подводя итог, стоит отметить, что проблема безработицы, имея большую значимость в развитии экономической деятельности, требует комплекса мероприятий, направленных на снижение численности безработных. В частности, это касается приоритетных отраслей развития экономики Российской Федерации, поскольку от эффективности их функционирования зависят качественные и количественные показатели макро- и микроэкономических процессов. Исходя из этого, следует, что субъектами рынка труда должна быть разработана политика, направленная на снижение количества безработных.

Список литературы:

1. Гулящев Е.В., Жидков Н.М. Проблема безработицы в России и пути ее преодоления // Системные технологии. 2017. №24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-bezrobotitsy-v-rossii-i-puti-ee-preodoleniya> (дата обращения: 20.04.2019).
2. Змановская Е. А., Мынбаева К. К., Клочихина Д. О. Проблема безработицы и ее влияние на экономику РФ. Символ науки. 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-bezrobotitsy-i-ee-vliyanie-na-ekonomiku-rf> (дата обращения: 20.04.2019).
3. Мирзоев Ф. С. Занятость и безработица в сельском хозяйстве. Actualscience. 2016. № 11. URL: <http://elibrary.ru/item/asp?id=27542836> (дата обращения 20.04.2019).
4. Михалькевич Д. А. Определение безработицы и причины её образования // Вопросы науки и образования. 2018. №3 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-bezrobotitsy-i-prichiny-eyo-obrazovaniya> (дата обращения: 20.04.2019).
5. Мироненко В. О. Причины, виды и последствия безработицы // Экономическая наука и практика. 2017. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/221/12134/> (дата обращения: 20.04.2019).
6. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] / URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139916801766 (дата обращения: 20.04.2019).

Тютерева Юлия Дмитриевна,

студент 4 курса

Самарский государственный экономический университет

О НЕКОТОРЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ, ВЫЗВАННЫХ ФИНАНСОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИЕЙ.

Tyutereva Yulia Dmitrievna,

a student of the 4th course,

Samara state University of Economics

SOME OF THE CHANGES IN THE BANKING SECTOR CAUSED BY THE FINANCIAL GLOBALIZATION.

Аннотация.

В статье рассмотрено понятие финансовой глобализации применительно к банковской сфере, а также изменения, вызванные ею и влияющие на деятельность банков. Рассмотрены концентрация банковского капитала, транснационализация банковской деятельности, внедрение МСФО и внедрение Базельских соглашений.

Abstract.

The article deals with the concept of financial globalization in relation to the banking sector, as well as changes caused by it and affecting the activities of banks. The concentration of Bank capital, the transnationalization of banking activities, the introduction of IFRS and the implementation of the Basel accords are considered.

Ключевые слова: *финансовая глобализация, банки, Базель, МСФО, транснационализация, концентрация капитала.*

Key words: *financial globalization, banks, Basel, IFRS, transnationalization, concentration of capital.*

Развитие международной торговли и цифровых технологий, создание новых финансовых инструментов привели к усилению международной экономической интеграции. Сегодня государства столь тесно связаны друг с другом, что отсутствие общих границ не гарантирует их независимости с социально-экономической точки зрения. Понятие «финансовая глобализация» отражает это процесс[1].

Применительно к банковской сфере под финансовой глобализацией понимается процесс расширения сферы деятельности банков, сопровождающийся, с одной стороны, созданием сети филиалов за пределами национальных границ, а с другой - ростом числа иностранных банков внутри государства. Другим аспектом влияния финансовой глобализации является унификация и стандартизация банковских услуг, бизнес-процессов и функционирования национальных банковских систем.

Финансовая глобализация вызвала значительные изменения в банковской деятельности. Их можно разделить на две группы: институциональные и функциональные. Под институциональными изменениями понимаются качественные изменения и преобразования социальных институтов, функционирующих в данной среде и определяющих ее. К ним можно отнести концентрацию банковского ка-

питала и транснационализацию банковской деятельности. Под функциональными – расширение задач, выполняемых институциональной единицей. Здесь следует обратить внимание на внедрение МСФО и соблюдение рекомендаций Базельского комитета. Начнем с институциональных изменений.

Концентрация банковского капитала – это доля активов, приходящаяся на долю ведущих банков. Главными причинами роста этого показателя по праву являлись концентрация производства и рост размеров промышленных предприятий, которые использовали эффект масштаба производства для снижения издержек, себестоимости, что в свою очередь способствовало увеличению собственной конкурентоспособности. В целом, мы можем сказать, что банковский капитал концентрировался по тем же причинам, поскольку эффект снижения себестоимости при увеличении масштаба организации имеет место и в области услуг, в том числе и банковских.

Это общемировая тенденция, поэтому в России мы тоже ее наблюдаем. На первое января 2013 года доля топ-5 банков по активам составляла 50,3%, а на 1.01.18 она составила 55,8%. Также возросла доля банков топ-6-20, доля активов других групп банков снизилась (табл.1).

Таблица 1

Концентрация активов по банковскому сектору России в 2013-2018 гг.												
Распределение кредитных организаций, ранжированных	01.01.2013		01.01.2014		01.01.2015		01.01.2016		01.01.2017		01.01.2018	
	млн руб.	% к итогу	млн руб.	% к итогу	млн руб.	% к итогу	млн руб.	% к итогу	млн руб.	% к итогу	млн руб.	% к итогу
Первые 5	24 894 916	50,3	30 235 131	52,7	41 593 833	53,6	44 883 973	54,1	44 232 891	55,3	47 513 821	55,8
С 6 по 20	9 660 925	19,5	10 905 104	19	16 674 162	21,5	17 925 387	21,6	18 257 646	22,8	20 007 403	23,5
С 21 по 50	5 745 193	11,6	6 383 544	11,1	8 259 743	10,6	9 391 355	11,3	8 444 718	10,6	9 167 982	10,8
С 51 по 200	6 399 522	12,9	6 982 880	12,2	8 406 233	10,8	8 484 303	10,2	7 520 065	9,4	7 195 769	8,4
С 201 по 500	2 246 789	4,5	2 376 786	4,1	2 309 299	3	2 060 315	2,5	1 607 935	2	1 306 864	1,5
С 501	562 302	1,1	539 625	0,9	409 725	0,5	254 375	0,3	-	-	-	-
Итого	49 509 647	100	57 423 070	100	77 652 994	100	82 999 708	100	80 063 255	100	85 191 839	100

Составлено по данным Банка России

Сегодня деятельность транснациональных банков значительно влияет на мировую экономику. ТНБ – это разновидность транснациональных корпораций, осуществляющих свою деятельность в банковской сфере. Они выступают финансовыми посредниками на международных рынках, у них есть зарубежные отделения, в которых осуществля-

ются операции в целях соблюдения интересов материнской компании и страны происхождения финансового капитала.

Важную роль в развитии транснационализации банковской сферы играют кредитные организации таких стран, как Великобритания, Франция, США, Япония и в особенности Китая, который значительно увеличил свою долю в ТОП-50 крупнейших ТНБ мира с 8% в 2008 г. до 24% в 2016 г. [2].

Таблица 2.

ТОП-10 крупнейших ТНБ мира по размеру рыночной капитализации, 2016 г., в миллиардах долларов США

Ранг	Название банка	Страна	Рыночная капитализация, млрд. долларов США
1	Industrial & Commercial Bank of China	Китай	342,7
2	China Construction Bank Corp	Китай	283,1
3	Agricultural Bank of China	Китай	274,5
4	Bank of China	Китай	259,5
5	Mitsubishi UFJ Financial Group	Япония	245,6
6	HSBC Holdings	Великобритания	241,0
7	JPMorgan Chase & Co	США	235,2
8	BNP Paribas	Франция	218,0
9	Bank of America	США	214,4
10	China Development Bank	Китай	189,8

Крупнейшие ТНБ мировой экономики проводят экспансию на рынки развивающихся стран, где местные фондовые инструменты недооценены и дают большую доходность, чем ценные бумаги развитых стран. Отличие ТНБ от национального крупного банка состоит, прежде всего, в наличии зарубежной институциональной сети, переносе за границу не только активных операций, но и части собственного капитала, и формировании депозитной базы, в связи с чем, зарубежная сеть ТНБ активно используется для получения банковской прибыли. Таким образом, ТНБ стали важным элементом мирового рынка ссудных капиталов, валютных операций и всей системы международных экономических отношений [3].

Перейдем к функциональным изменениям. Первое, что нужно отметить – это появление стандартов, унифицирующих правила представления финансовой отчетности, также известные как МСФО. Необходимость перехода на МСФО обусловлена тем, что в условиях глобализации хозяйственной деятельности формируется объективная

необходимость общаться на едином языке бизнеса, способном точно выражать суть экономических отношений. МСФО возникли в Европейском союзе. Идея быстро распространилась по всему миру, поскольку «общий язык» финансовой отчетности позволил расширить связи по всему миру. В настоящее время около 120 стран используют МСФО, и 90 из них требуют, чтобы отчетность компаний полностью была представлена в соответствии с требованиями МСФО.

Переход российского банковского сектора на МСФО обусловлен рядом факторов:

- Рост доверия со стороны инвесторов и улучшение имиджа российского банк сектора;
- Приток иностранных инвестиций;
- Обеспечение точности отражения и достоверности финансового состояния компании и результатов ее деятельности.

В условиях финансовой глобализации негативные процессы в банковской системе одной страны могут передаваться ряду других. Как же избежать экономических коллапсов, вызванных не только

внутренними, но и внешними причинами, когда из-за интеграции шоки от одной экономики передаются другим? Регулирование банковской деятельности на международном уровне началось в 1947 году, когда центральные банки стран «Группы 10» создали Базельский комитет по банковскому надзору (БКБН). «Стандарты банковской деятельности», также известные как «Базельские соглашения» («Basel I», «Basel II», «Basel II.5» и «Basel III») в настоящее время являются основными документами, регулируемыми банковскую деятельность на международном уровне. Эти соглашения носят рекомендательный характер и корректируются в соответствии со спецификой страны, которая их вводит. В настоящее время их применяют более чем в 100 странах. Их главная цель – обеспечить стабильность банковского сектора, снизив рискованность операций банков посредством введения стандартов капитала, повышающих его качество, и ликвидности.

«Basel III» стал ответом на международный финансовый кризис 2007-2009 года, его внедрение служит повышению надежности банков в целом. Сегодня это соглашение полностью реализовано в 14 странах (Австралия, Аргентина, Канада, Китай, Гонконг, Индия, Корея, Мексика, Саудовская Аравия, Сингапур, Турция, ЮАР, Швейцария, Япония). Внедрение же этих норм в США и ЕС отсрочено, во многом, из-за их излишней жесткости, что негативно повлияет на конкурентоспособность банков, повысит риск по операциям торгового финансирования [4].

Внедрение Базельских соглашений в России имеет ряд особенностей, главной из которых является в том, что завершение внедрения «Базель II» и применение стандартов «Basel 3» происходит практически одновременно, внедрение последних будет окончено в 2019. По результатам проверки Базельского комитета по банковскому надзору в 2015 году Россия была признана соответствующей минимальным стандартам «Базеля». ЦБ РФ внес изменения в законодательство с целью его адаптации

к банковским требованиям: введение норматива краткосрочной ликвидности системно значимыми кредитными организациями, снижение минимальные нормативы достаточности базового капитала и совокупного капитала и ряд других. [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что в условиях финансовой глобализации крупнейшие банки осуществляют свою деятельность по всему миру. Решение проблем доходности и фондирования банка, а также его конкурентоспособности возможно только во взаимодействии и перенимании позитивного опыта. Поэтому крупнейшие банки вынуждены взаимодействовать друг с другом, искать способы стандартизации своих операций и отчетности, чтобы работать максимально эффективно.

Литература

1. Архипова, В.В. Мировая финансовая система: глобализация или деглобализация? / В.В. Архипова//Мировая экономика и международные отношения. - 2016. - Т. 60. № 5. - с. 40-49.
2. Ромашова, А.И. Транснациональные банки в мировой экономике: анализ особенностей развития // Инновационные технологии в науке и образовании: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — № 1 (5). — С. 232–239.
3. Марченкова, Л.М., Рудакова, О.В. Транснациональные банки в мировой экономике: становление и особенности развития/Л.М. 3. Марченкова, О.В. Рудакова// Вестник ОрелГИЭТ. - 2015. - № 1 (31). - с. 122-129.
4. Твердохлебова, О.Н. Зарубежная практика внедрения Базельских соглашений/ О.Н. Твердохлебова// Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 4-2 (81).- с. 1140-1143.
5. Красавина, Л.Н. Участие России в глобализации банковского регулирования и надзора и ее интересы в условиях стратегии экономического роста/ Л.Н. Красавина// Экономика. Налоги. Право. - 2018. - Т. 11. № 4. - с. 30-35.

УДК 65.01

Дадаев А.Т.

*Студент магистратуры 2 курс, факультет «Менеджмент»
Финансовый университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва*

РАЗВИТИЕ ДИНАМИЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ КОМПАНИЯМИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Dadaev A.T.

*Graduate student 2nd year, faculty "Management"
Financial University under the Government of the Russian Federation
Russia, Moscow*

DEVELOPMENT OF DYNAMIC CAPABILITIES BY E-BUSINESS COMPANIES

Аннотация.

В статье рассмотрено развитие концепции динамических способностей компаниями электронного бизнеса. Так же был определен набор динамических способностей необходимых для эффективного функционирования компаний.

Abstract.

The article describes the development of the concept of dynamic capabilities of e-business companies. A set of dynamic capabilities necessary for the effective functioning of the companies was also determined.

Ключевые слова: электронный бизнес, динамические способности, бизнес-технологии, бизнес-модель, приложения.

Key words: e-business, dynamic capabilities, business technology, business model, applications.

За последнее десятилетие быстрое развитие информационных и коммуникационных технологий, таких как интернет и мобильные компьютеры, существенно изменило картину мира как устоявшегося, так и развивающегося коммерческого мира. В цифровом мире электронный бизнес используется инновационным образом, который включает в себя оцифровку межорганизационных процессов и объединение технологии электронной коммерции, бизнес-моделирование и обмен информацией между заинтересованными сторонами. Сегодня это перспективное решение для повышения эффективности и качества бизнес-операций, которое привлекает значительное внимание бизнесменов. Фактически, несколько инновационных приложений электронного бизнеса, таких как планирование ресурсов предприятия (ERP), управление цепочками поставок (SCM) и управление взаимоотношениями с клиентами (CRM), доминируют в системы бизнес информирования.

Тем не менее, электронный бизнес не просто накладывает ограничения на корпоративные приложения электронной коммерции⁵, но и внедряет инновации в сфере обслуживания клиентов, сотрудничает с партнерами по цепочке поставок и предлагает новые продукты или услуги для расширения сферы бизнеса⁶. Электронный бизнес изменит способ ведения бизнеса и трансформирует существующие бизнес-операции. Чжуан Ю. утверждал, что изменения, связанные с электронным бизнесом, являются инновациями в обычном бизнесе⁷.

Инновации в электронном бизнесе изменяют существующие способности действующих компаний. С точки зрения динамических способностей, чтобы совладать с инновациями в электронном бизнесе, сотрудники должны оценивать изменения в электронных бизнес-технологиях и моделях, а также беспокоиться о преодолении пробелов в их развитии. Затем необходимо определить и реализовать организационные способности, соответствующие требованиям успешного ведения электронного бизнеса. С этой целью сотрудники должны понимать существенные различия в характере технологий и бизнес-моделей при переходе от традиционного бизнеса к электронному.

Риндова В. и Котха С. использовали концепцию динамических способностей, чтобы исследовать, как организационная форма, функции и конкурентное преимущество электронного бизнеса динамично сосуществовали⁸. Дэниел Е. и Уилсон Х. определили восемь динамических способностей, необходимых для трансформации электронного бизнеса, и предложили методы их разработки, которые являются эффективными и общими для всех компаний⁹. Динамические способности могут быть выгодно применены для понимания основных способностей, которые необходимы для реализации электронного бизнеса в динамичной среде электронной коммерции.

В научной статье Трачук А.В. и Линдер Н.В. на основе теории динамических способностей и концепции «бизнес-модель» обосновывали необходимость и актуальность формирования динамических способностей компаниями электронного бизнеса В2С¹⁰.

Проведя общий анализ деятельности нескольких компаний электронного бизнеса, а также их сайтов, многочисленных интервью с руководителями, авторами были определены следующие источники динамических способностей:

1. Предпринимательская ориентация;
2. Быстрое реагирование на спрос потребителей;
3. Быстрое реагирование на динамику цен у конкурентов;
4. Непрерывное отслеживание тенденций и адаптация к ним;
5. Развитие мобильного приложения;
6. Непрерывный процесс поиска источников лояльности клиентов;
7. Непрерывный процесс развития сайта и услуг;
8. Оптимизация и автоматизация процессов;
9. Организационное обучение;
10. Широкий спектр способов продвижения;
11. Инновационная активность.

У компаний, в значительной степени обладающих данными динамическими способностями, наблюдается существенный темп роста выручки, что свидетельствует о быстром развитии бизнеса в

⁵ Patel K., McCarthy M. Digital transformation: The essentials of e-business leadership // McGraw-Hill. 2000. – P. 134.

⁶ Turban E., King D., Lee J., Viehland D. Electronic commerce: A managerial perspective // Prentice Hall. 2004. P. – 714.

⁷ Zhuang Y. Does electronic business create value for firms? An organizational innovation perspective // Journal of Electronic Commerce Research. 2015. №2 (6). – P. 146-159.

⁸ Rindova V., Kotha S. Continuous “morphing”: Competing through dynamic capabilities, form, and function // The Academy of Management Journal. 2001. №6 (44). – P. 1263-1280.

⁹ Daniel E., Wilson H. The role of dynamic capabilities in E-Business transformation // European Journal of Information Systems. 2003. №4 (12). – P. 282-296.

¹⁰ Трачук А.В., Линдер Н.В., Убейко Н.В. Формирование динамических бизнес-моделей компаниями электронной коммерции // Управленец. 2017. №4 (68). – С. 61-74.

условиях кризиса. Высокое значение и положительная динамика NPS также показывает, что наличие динамических способностей приносит свои плоды, компании повышают лояльность своих потребителей при снижении количества критиков.

Стремительное развитие технологий, каналов коммуникаций и сильная конкуренция стали результатом роста потребительских требований к качеству сервиса интернет-магазинов. Поэтому, авторами сделан вывод, что выделенные источники динамических способностей являются необходимыми для развития бизнеса в сфере электронного бизнеса сектора B2C.

Использованные источники

1. Трачук А.В., Линдер Н.В., Убейко Н.В. Формирование динамических бизнес-моделей компаниями электронной коммерции // *Управленец*. 2017. №4 (68). – С. 61-74.

УДК : 351.712.4.

2. Daniel E., Wilson H. The role of dynamic capabilities in E-Business transformation // *European Journal of Information Systems*. 2003. №4 (12). – P. 282-296.

3. Patel K., McCarthy M. Digital transformation: The essentials of e-business leadership // McGraw-Hill. 2000. – P. 134.

4. Rindova V., Kotha S. Continuous “morphing”: Competing through dynamic capabilities, form, and function // *The Academy of Management Journal*. 2001. №6 (44). – P. 1263-1280.

5. Turban E., King D., Lee J., Viehland D. Electronic commerce: A managerial perspective // Prentice Hall. 2004. P. – 714.

6. Zhuang Y. Does electronic business create value for firms? An organizational innovation perspective // *Journal of Electronic Commerce Research*. 2015. №2 (6). – P. 146-159.

Дарищева А.Ф.

Московский городской педагогический университет

ЗАКУПКИ, КОТОРЫЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНО ВКЛЮЧАТЬ В ПОЛОЖЕНИЕ, ПРИ ЗАКУПКАХ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА

Darischeva A.F.

Moscow City Pedagogical University

PURCHASES THAT IT IS ADVISABLE TO INCLUDE IN THE POSITION WHEN PURCHASING FROM A SINGLE SUPPLIER

Аннотация

В данной статье рассматривается перечень закупок, которые целесообразно включать в положение о закупке у единственного поставщика. Заказчики по Закону № 223-ФЗ стараются по максимуму наполнить перечень своих закупок у единственного поставщика. Но про одну категорию часто забывают — это закупки для своих кадров. Путевки на отдых, повышение квалификации и т. п. В целях соблюдения трудового законодательства целесообразно предусмотреть такие закупки в своем положении.

Abstract

This article discusses the list of purchases that it is advisable to include in the provision on procurement from a single supplier. Customers under the Law No. 223-FZ are trying to fill the list of their purchases from a single supplier to the maximum. But one category is often forgotten - these are purchases for their cadres. Vouchers for recreation, training, etc. In order to comply with labor laws, it is advisable to provide for such purchases in their own position.

Ключевые слова: единственный поставщик, закупка, закупка услуг, заказчик, поставщик.

Keywords: sole supplier, procurement, procurement of services, customer, supplier.

Закупка у единственного поставщика — это неконкурентная форма определения поставщика (подрядчика, исполнителя), при которой последний выбирается без формальной процедуры отбора. То есть заказчик может просто предложить заключить контракт конкретному поставщику или принять предложение от конкретного поставщика [4].

Такая схема взаимодействия заказчика и поставщика имеет ряд очевидных преимуществ для каждой из сторон:

- поставщик гарантированно получает контракт;
- заказчик получает гарантированно надежного поставщика;
- риск нарушения процесса исполнения контракта минимален;

- процедура простая и удобная для всех, она не требует больших трудовых и временных затрат.

Есть и недостатки. Сюда можно отнести:

- отсутствие конкуренции влечет за собой минимальное снижение цены;
- по понятным причинам этот вид закупки всегда вызывает повышенное внимание надзорных ведомств [3].

Закупка у единственного поставщика — один из способов закупки, который позволяет приобрести товары необходимого качества, определенной торговой марки у определенного продавца, без проведения торгов в максимально короткие сроки. Закупка у единственного поставщика является правом, а не обязанностью заказчика (исключение

составляют лишь закупки у единственного поставщика при несостоявшихся конкурентных процедурах по 44-ФЗ) [6].

Случаи осуществления прямой закупки (закупки у единственного поставщика), порядок проведения такой закупки, а также порядок заключения и исполнения договора **устанавливает сам заказчик** в своем Положении о закупке (ч.2 ст.2 223-ФЗ) [1]. Положение о закупке — документ, который регламентирует всю закупочную деятельность заказчика.

Доля закупок у единственного поставщика неизменно занимает второе место и составляет четверть от всех форм закупок. Средняя цена контракта в 2017 году составила **1,57 млн руб.**, что на 22,85% больше аналогичного показателя 2016 г.

Количество размещенных извещений о проведении закупки у единственного поставщика составило **416 522 шт.**, что практически равно показателю предыдущего года.

В отчете по закупкам Минфин сообщает, что в первом полугодии 2018 года заказчиками осуществлялись закупки с применением 2 092 способов определения поставщика. 95% неконкурентных закупок, из которых доля закупок у единственного поставщика составляет 42% [5].

Закупки у единственного поставщика реализуются в двух вариантах:

1. Заказчик направляет предложение единственному подрядчику с предложением заключить контракт на поставку необходимых товаров, работ, услуг;

2. Заказчик принимает предложение от определенного подрядчика на заключение контракта.

Обычно закупки у единственного поставщика делят на 5 основных видов:

- малые закупки до 100 тыс. и 400 тыс. руб., когда проводить конкурентную процедуру нецелесообразно;
- закупки у поставщика, который обладает исключительными правами на необходимый товар, работу или услугу;
- закупки у естественных монополий;
- закупка вследствие аварии или ЧС;
- закупки у единственного участника конкурентной закупки.

Отдельная категория — специфические предметы закупки, которые необходимы в деятельности именно вашей организации.

И есть еще одна маленькая категория закупок, которые также выгоднее и проще проводить как закупки у единственного поставщика. Это закупки для персонала: командировки, отдых, медицинское обследование, повышение квалификации для сотрудников.

Заказчики по Закону № 223-ФЗ имеют право вносить изменения в свое положение о закупке без ограничений по количеству таких поправок. Самое главное — соблюсти процедурные сроки и вовремя разместить обновленное положение в ЕИС. В рас-

поряжении имеется 15 дней после того, как утвердили внесенные в положение о закупке изменения, чтобы разместить его в ЕИС.

Рассмотрим перечень услуг для персонала, которые стоит включить в перечень закупок у единственного поставщика [2]:

1. Командировки. Закупка услуг, связанных с направлением работника в служебную командировку, обеспечением работы вахты (доставка на вахту, проезд к месту служебной командировки и обратно, гостиничное обслуживание или наем жилого помещения, бронирование билетов, транспортное обслуживание, питание, оплата услуг связи и прочие сопутствующие расходы;

2. Отдых работников. Закупка услуг по организации межсменного отдыха работников, в том числе гостиничного обслуживания и трансфера;

3. Турпутевки в санаторий. Закупка путевок для работников и членов их семей с указанием конкретного санатория, профилактория, дома отдыха или иного аналогичного места отдыха;

4. Медицинское обследование сотрудников. Закупка услуг по проведению медицинского обследования сотрудников, санитарно-профилактических услуг;

5. Повышение квалификации сотрудников. Закупка услуг по повышению квалификации, переподготовке по дополнительным образовательным профессиональным программам подготовки персонала по направлению деятельности организации (в имеющих соответствующую лицензию образовательных учреждениях, в том числе в рамках целевого обучения);

6. Реализация социальных программ. Закупки услуг, связанных с реализацией заказчиком социальных программ и иных обязательств в соответствии с коллективными договорами, действующими у заказчика.

В случае, если закупка осуществляется не только в целях соблюдения трудового законодательства, но и в интересах работника, то решение принимается вместе с этим работником. Например, приобретение путевки в конкретный санаторий с конкретным перечнем медицинских услуг.

Включая эти шесть оснований в перечень закупок у единственного поставщика, заказчик соблюдает трудовое законодательство. Если у заказчика в положении нет таких закупок, будет целесообразно их добавить, так как заказчик имеет право вносить изменения в положение о закупке неограниченное количество раз. Данные действия приведут к уменьшению денежных и временных затрат на проведение закупочных процедур.

Литература:

1. Федеральный закон от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»

2. Закупки, которые забывают включить в положение (а зря) // Госзакупки.ру. URL: <https://e.goszakupkiru.ru/article.aspx?aid=701315> (дата обращения: 26.04.2019).

3. Закупки у единственного поставщика // РТС Тендер. URL: <https://www.rts->

tender.ru/trainings/how-to/how-to14082018 (дата обращения: 26.04.2019).

4. Закупка у единственного поставщика по 44-ФЗ: что нужно учитывать // Контур. Школа. URL: <https://school.kontur.ru/publications/51> (дата обращения: 26.04.2019).

5. Закупка у единственного поставщика // РусТендер. URL: [https://tender-rus.ru/vopros-](https://tender-rus.ru/vopros-otvet/tender-stati/zakupka-u-edinstvennogo-postavshhika)

otvet/tender-stati/zakupka-u-edinstvennogo-postavshhika (дата обращения: 26.04.2019).

6. Закупка у единственного поставщика по 44-ФЗ и 223-ФЗ // Закупкиhelp. URL: <https://zakupkihelp.ru/uchastniku-zakupok/zakupka-u-edinstvennogo-postavshhika.html> (дата обращения: 26.04.2019).

УДК 339.137.21

Николаев С.В.

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА: РОССИЙСКО-ФИНЛЯНДСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Nikolaev S.V.

Plekhanov Russian University of Economics

DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS: RUSSIAN-FINNISH COOPERATION

Аннотация.

Раскрыто понятие цифровизации (цифровой трансформации). При анализе цифровой трансформации обращено внимание на взаимодействие агентов экономической системы различного уровня. Отражена связь социально-экономического развития страны и возможности ее цифрового развития.

Abstract.

The notion of digitalisation (digital transformation) is described. In an analysis of digital transformation, special focus is made on the interaction of economic agents at multiple levels of the economic system. The link is shown between national socioeconomic development and the digitalisation potential.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, технологии, проекты, инновации, конкурентоспособность, государственно-частное партнерство.

Key words: digitalisation, digital transformation, technology, projects, innovation, competitiveness, public-private partnership

На современном этапе развития мировой хозяйственной системы все большее значение для повышения конкурентоспособности экономических агентов (национальных экономик, компаний, домохозяйств) приобретает активное и широкомасштабное использование технологий с учетом перспектив изменения биосферы и техносферы. В связи с этим новое содержание получают четвертая промышленная революция и шестой технологический уклад. Их эффект связан со сменой социально-экономической формации, предполагающей переход от рыночной к прогностической модели развития экономики, действующей на основе анализа больших данных (Big Data), когнитивных технологий прогнозирования спроса и планирования предложения.

В сложившихся условия цифровизация (цифровая трансформация) превращается в своего рода механизм по внедрению киберфизических систем автоматизации и роботизации производственных процессов, развития «Интернет вещей» и цифровых технологий. К числу таких технологий можно отнести большие данные (Big Data); нейротехнологии и искусственный интеллект; системы распределенного реестра (блокчейн); квантовые технологии; промышленный интернет или технологии «Интернета вещей» (Internet of Things, IoT- цифровые датчики, сенсоры); компоненты роботехники; техно-

логии беспроводной связи; технологии виртуальной и дополненной реальности; цифровые финансовые технологии.

Наряду с этим можно также говорить о «цифровом переходе», то есть принципиальной смене внутренней структуры и управления, ориентированной на повышение производительности и эффективности работы [4]. В ходе цифровизации происходит разрушение традиционных моделей отраслевых рынков, что создает для повышения конкурентоспособности их участников, определяя перспективы роста экономических агентов.

При этом данный процесс трансформации непосредственным образом влияет на активность экономических агентов, в первую очередь представителей бизнеса, ввиду необходимости интегрироваться в формируемую государством новую систему правоотношений, а также позиционировать себя по-новому, своевременно определив свои преимущества и недостатки в конкурентной борьбе.

Примером позитивной роли государства в данном процессе является историческое решение парламента Финляндии о закреплении на законодательном уровне возможности обеспечить всех граждан использование цифровые услуги независимо от места их проживания и уровня дохода, то есть была сформирована правовая база для повышения деловой активности всех экономических

агентов, их дальнейшей интеграции в процесс цифровизации [9].

Кроме того, в Финляндии одну из ключевых ролей в продвижении цифровизации на национальном и международном уровне принадлежит такому элементу институциональной системы, как компании Business Finland/ «Бизнес Финляндия», образованной в 2018 году в результате слияния Агентства по финансированию технологий и инноваций (TEKES/ ТЕКЕС) и Ассоциации «Финпро» (Finpro). Среди традиционных направлений деятельности: поддержка экспорта (Export Finland), привлечение инвестиций (Invest Finland), стимулирование въездного туризма (Visit Finland), выделено финансирование научных исследований (Innovation Finland) [10].

Также следует отметить другой пример реализации механизма государственно-частного партнерства, предусматривающий тесное взаимодействие государственных структур с национальными и зарубежными транснациональными финансово-промышленными группами в области цифровизации. В частности созданная в Финляндии сеть Team Finland/ «Тим Финланд» охватывает финские государственные структуры, заграничные учреждения и торговые представительства, национальные университеты и институты, фонд промышленного сотрудничества FinnFund/ «Финнфунд», а также региональные службы по международным контактам, базирующиеся на региональных центрах экономического развития. В настоящее время указанная сеть охватывает представительства более чем 80 странах, обеспечивая связь финских государственных органов и учреждений, различных научных и производственных объединений, в том числе малых и средних предприятий, представителей национального экспертного сообщества с инновационными компаниями, учеными, практиками в области инновационной деятельности в различных странах мира. При этом наряду с продвижением так называемых цифровых технологий приоритетными направлениями деятельности для указанной сети продвижение «чистых» технологий в экологической сфере, развитие и совершенствование информационно-телекоммуникационных технологий [11].

В части, касающейся российской практики, по оценкам специалистов, наоборот, сильно переоценена степень вовлеченности российских компаний в процесс цифровой трансформации ввиду отсутствия у них стратегий, недостатка квалифицированных кадров, устаревшей организационной структуры [8]. Кроме того, в настоящее время по-прежнему остаются дискуссионными вопросы относительно использования зарубежного опыта при цифровой трансформации бизнеса и учета конкретных особенностей российской практики осуществления данного процесса. Так, например, проведенные независимыми экспертами исследования свидетельствуют о выборе экономическими агентами так называемом «китайском» подходе к циф-

ровизации, то есть преимущественно к копированию лучших зарубежных практик и учету мнения и опыта иностранных представителей [8].

В данном контексте необходимо правильно идентифицировать цифровизацию и дать ей корректные характеристики. С одной стороны, она представляет собой принципиально новый тренд либо этап развития мировой экономической системы; с другой стороны, цифровая трансформация определяет состояние происходящих в глобальной экономике изменений на различных уровнях (наднациональном, национальном). Так, например, в ходе Петербургского международного экономического форума 2018 года Президент России В.В. Путин отметил такое состояние мировой экономической системы как «беременность цифровизацией» [5]. Флагманами данного процесса выступают США, ряд стран Европейского Союза (ФРГ, Финляндия), отдельные азиатские государства (Япония, Южная Корея, КНР).

В настоящее время Россия не входит в группу лидеров развития цифровой экономики по ряду ключевых показателей. К таким показателям относятся уровень цифровизации, доля цифровой экономики в ВВП, средняя задержка в освоении технологий, применяемых в странах-лидерах. Так, доля цифровой экономики в ВВП России составляет 3,9%, что в 2-3 раза ниже чем у стран-лидеров.

Согласно исследованию, проведенного ООО «Интерфакс – центр экономического анализа» на тему: «Развитие инновационной составляющей экономики России: перспективы и роль экономической политики», в развитых странах мира 75-90% прироста ВВП обеспечиваются за счет роста инновационного сектора, тогда как в России данный показатель находится только на уровне 10%, что негативным образом сказывается на общей эффективности национальной экономики. Результатом такого отставания становится «упущенная выгода», составляющая, по экспертным оценкам, более 1,214 трлн долларов США в год [6].

Другой пример, подтверждающий существенное отставание России от стран-лидеров, являются ее позиции в рейтинге Всемирного экономического форума: по готовности к цифровой экономике – на 41-м месте; по экономическим и инновационным результатам использования цифровых технологий – на 38-м [1]. Вместе с тем, несмотря на проводимую с 2014 года по настоящее время западными странами санкционной политики в отношении Российской Федерации, ее национальная экономика вовлечена наряду с другими участниками в цифровую трансформацию на глобальном уровне.

Так, например, по количеству пользователей интернета Россия занимает первое место в Европе и 6-е место – в мире; по доступности услуг сотовой связи - на втором месте в мире; по доступности широкополосного доступа – на десятом. В период с 2014 по 2017 гг. доля смартфонов у российских потребителей увеличилась вдвое и достигла 60%, что превышает аналогичные показатели в Бразилии, Индии и странах Восточной Европы. При этом число пользователей порталов государственных и

муниципальных услуг только за 2016 года увеличилось вдвое и составило 40 млн человек [1].

Как отмечают специалисты глобальной экспертной группы Digital McKinsey, объединяющей сотрудников указанной международной консалтинговой компании, специализирующихся на цифровых технологиях, потенциальный экономический эффект от цифровизации экономики увеличит ее ВВП на 4,1-8,9 трлн рублей к 2025 году (в ценах 2015 года), что может составить от 19 до 34% общего ожидаемого роста ВВП.

В условиях «догоняющей» цифровизации важно значение для российской экономики играет сохранение и развитие двухсторонних и многосторонних торгово-экономических отношений, и инновационного сотрудничества как на уровне государств, так и субъектов хозяйственной деятельности.

Так, по оценкам специалистов Всемирного банка, реализация совместной цифровой стратегии до 2025 года принесет дополнительный прирост совокупного ВВП Евразийского экономического союза (ЕАЭС) до 1% в год, а также 8 млн рабочих мест и экономию на издержках для бизнеса на сумму 50 млрд долларов США.

Применительно к сотрудничеству, стратегически важным партнером для России является Финляндия. Хозяйственные (в том числе торгово-экономические, инвестиционные) отношения между двумя странами носят исторически и географически обусловленный характер.

Так, в рамках создания инфраструктуры хозяйственной системы финский телекоммуникационный концерн Nokia/ «Нокиа» поставлял оборудование автоматических телефонных станций в СССР, что происходило несмотря на введенные США и их сателлитами ограничения на поставку оборудования и технологий в СССР, в том числе по Поправке Джексона – Вэника.

Ярким примером взаимодействия российских и финских экономических агентов в условиях цифровой трансформации на современном этапе, является создание на территории Финляндии российской IT-компанией Yandex/ «Яндекс» Центра по обработке данных для обслуживания клиентов.

Одним из важных инструментов в реализации совместных проектов в сфере цифровизации является возможность участия зарубежных, в первую очередь финских, специалистов в управленческой деятельности органов управления российских корпораций. Так, известный финский предприниматель, председатель совета директоров финской IT-корпорации AIP Corporation Oy/ «Аии Корпорейшн Ою», советник президента «Фонда развития инновационного центра «Сколково» принимал активное участие в создании IT-инфраструктуры ФГУП «Почта России» и развитие в нем сектора финансовых услуг, что впоследствии заложило основы для создания ПАО «Почта Банк» [2;3]. В настоящее время указанный гражданин Финляндии входит в состав наблюдательного совета данного кредитно-финансового учреждения. В 2014 году, в соответствии с Распоряжением Правительства Российской

Федерации финскому бизнесмену была объявлена благодарность за вклад в развитие технологического предпринимательства в Российской Федерации, а в 2016 году в соответствии с Указом Президента Российской Федерации он награжден Орденом Дружбы за большой вклад в развитие торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества России и зарубежных стран, плодотворную деятельность в сфере науки и образования.

Следует отметить также работу в российских компаниях и учреждениях, задействованных в реализации программы цифровизации, другого финского общественного деятеля – бывшего спикера парламента, премьер-министра Финляндии Эско Тапани Ахо, возглавлявшего в 2004-2008 гг. финский инвестиционный фонд SITRA, а в дальнейшем (с 2009 по 2012 гг.) занимавшего должность вице-президента финской корпорации Nokia/ «Нокиа».

Так, в настоящее время финский предприниматель является членом наблюдательного совета фонда «Сколково», возглавляя индустриальный консультативный совет данного фонда. Ранее, в период с 2007 по 2009 гг. Э.Т. Ахо принимал активное участие в работе совета директоров одного из ключевых российских институтов инновационного развития – АО «Российская венчурная компания» (АО «РВК»), представляющего собой государственный фонд фондов и институт развития венчурного рынка Российской Федерации. Начиная с 2016 года АО «РВК» выполняет такие функции проектного офиса Национальной технологической инициативы – программы мер по формированию принципиально новых рынков и созданию условий для глобального технологического лидерства Российской Федерации к 2035 году.

Также Э.Т.Ахо входит в состав наблюдательного совета ПАО «Сбербанк» в качестве независимого директора и является членом двух комитетов указанного органа управления данной российской кредитно-финансовой организации (по стратегическому планированию и управлению рисками) [3]. Наряду с этим, финский гражданин возглавляет совет директоров финской консалтинговой компании East Office of Finnish Industry/ АО «Ист офис Финниш Индастри Ою» («Восточный офис финской промышленности»), являющейся по сути технологической платформой для представителей финского бизнеса на территории России в целях выработки общей стратегии деятельности и оказания поддержки, в том числе в условиях цифровой трансформации бизнеса. Следует отметить, что членами указанной структуры являются такие флагманы, как финская энергетическая корпорация Fortum/ «Фортум», авиакомпания Finnair/ «Финэйр» и другие.

Отмечается взаимозависимость инновационной политики различных стран, в том числе в сфере цифровой трансформации. В частности, разработка телекоммуникационного оборудования финской компании Nokia/ «Нокиа» осуществлялось на базе аппаратно-программных комплексов американской транснациональной корпорации Motorola/ «Моторола». Другим примером взаимосвязи подобного

характера является реализованный Россией совместно с Финляндией инновационный инфраструктурный проект на основе государственно-частного партнерства по развитию высокоскоростного железнодорожного пассажирского и грузового сообщения между г. Санкт-Петербургом и г. Хельсинки. Указанный проект предусматривал не только модернизацию железнодорожного полотна, но и дополнительную автоматизацию управления транспортными потоками.

Список литературы

1. Аптекман А., Калабин В., Клинецов В., Кузнецова Е., Кулагин В., Ясеновец И. Цифровая Россия: новая реальность/ McKinsey & Company, 25.05.2018. – Электрон. дан. – Режим доступа: https://www.mckinsey.com/ru/~/_/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx (дата обращения: 24.04.2019).
2. Воейков Д. «Почта России» заплатит сотруднику «Сколково» полмиллиона евро за 60 дней консультаций по ИТ// Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/pochta_rossii_zaplatit_sotrudniku (дата обращения: 24.04.2019).
3. Списки аффилированных лиц ПАО «Почта Банк»// ПАО «Почта Банк». – Электрон. дан. – Режим доступа: https://www.pochtabank.ru/upload/images/documents/data/affiliated_persons___20190331.pdf (дата обращения: 24.04.2019)
4. Мартынова А. Электроэнергетика 4.0: перейти на цифру// Атомный эксперт. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://atomicexpert.com/electricenergy40> (дата обращения: 24.04.2019).

УДК: 338.48

Теплова Дарья Сергеевна
Российский новый университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

Teplova Daria Sergeevna
Russian New University

YOUTH TRAVEL TRENDS

Аннотация.

Молодежный туризм во всем мире считается одним из самых перспективных видов туризма, в связи с чем в статье рассмотрены современные мировые тренды молодежного туризма и перспективы его развития. В результате исследования выявлено, что сами молодые люди становятся важным фактором в развитии мест их пребывания, открывая новые привлекательные для туристов места, создавая новые формы размещения. Проведенный анализ дает основание считать, что практически любая территория вне зависимости от наличия туристских ресурсов может претендовать на внимание молодых туристов.

Abstract.

Youth travel market is regarded as the one of the most promising types of tourism, in connection with which the article discusses modern world trends of youth travel and prospects of its development. The study revealed that young people themselves become an important factor in the development of destinations, opening up new attractive places for tourists, creating new forms of accommodation. The analysis gives reason to believe that almost any area, regardless of the availability of tourist resources can claim the attention of young tourists.

Ключевые слова: туризм, молодежный туризм, событийный туризм, молодежь, ЮНВТО
Key words: travel, youth travel, youth, event tourism, UNWTO

Туристская индустрия ежегодно приносит порядка 10 % мирового ВВП, что в 2015 году составило 1,5 триллиона долларов США. Развитие туризма идет быстрыми темпами, и если в 1950 году в мире путешествовали только 25 млн человек, то в 2015 году число путешествующих составило 1186 млн. По прогнозам ЮНВТО, к 2030 году количество молодых туристов вырастет до 1,8 млрд человек [3].

Современное развитие молодежного туризма во всем мире уже давно показывает ярко выраженную тенденцию роста. С развитием возможностей, формированием стремления к незаурядным событиям молодежь все чаще предпочитает посещать другие страны, осуществляя соответствующий вклад в экономику стран мира.

Так, исследования ЮНВТО и WYSE Travel Confederation показывают, что количество молодежных туристских прибытий в 2010 году составило почти 190 миллионов, в 2015 году – 270 миллионов [2]. Результаты исследований 2017 года показывают, что количество молодежных туристских прибытий увеличилось до 304 млн и составило 23% от общего количества международных туристских прибытий. Общая стоимость этого рынка оценивается в 250 млрд евро [3;4]. Данные показатели растут быстрыми темпами, в связи с чем эксперты ЮНВТО прогнозируют, что к 2020 году общее количество молодежных туристских прибытий достигнет 370 миллионов [1].

Активное внимание развитию молодежного туризма в последнее время уделяют не только международные туристские организации, но и правительства различных стран. Главное обоснование популярности данного направления – доступность свободного перемещения населения между странами, в том числе и молодого населения, изменение экономической устойчивости стран мира, а также активная поддержка развития уровня жизни населения международными корпорациями в формате социальной ответственности, которые в том числе оказывают поддержку и молодежи, предлагая различные образовательные и волонтерские программы. Все это положительно сказывается на развитии молодежного туризма во всем мире.

Исследование, проведенное ЮНВТО и WYSE Travel Confederation, содержит ключевые изменения в молодежном туризме за период с 2012 по 2017 гг. [4; 5]:

- Рост информационной интенсивности: увеличилось количество источников информации и каналов бронирования.

- Рост мобильности. Молодые люди имеют возможность работать удаленно даже во время путешествий, что привело к увеличению длительности молодежных поездок. Тот факт, что молодежь может продолжительное время жить вне родного региона, делает их более счастливыми и стимулирует к новым путешествиям.

- Приоритет на опыт. Молодые люди все больше путешествуют для получения опыта, нацелены получить от путешествия максимум пользы. Возрастает вероятность, что путешествие в поисках

нового опыта приведет к наибольшим расходам относительно традиционных путешествий.

- Самый популярный среди молодежи опыт заключается в возможности пожить как местное население. В 2017 году более 50% респондентов ответили, что во время путешествия жили как местное население, для сравнения в 2012 году таких путешественников было только 28%. Несмотря на то, что данный тренд уже давно является частью стиля молодежи, очевиден его рост, появляется все больше компаний-провайдеров, специализирующихся на данном тренде.

- Рост экономики обмена. Популярность Airbnb и Uber положительно влияет на локальную экономику всех регионов мира, поддерживает местных жителей и бизнес, способствует культурному обмену.

- Рост популярности событий как средства привлечения молодежи и социально-экономического развития территории. Почти 19% молодых туристов посетили музыкальные фестивали, 26% – гастрономические фестивали. По статистике, расходы посетителей фестивалей выше, чем расходы остальных молодых путешественников.

Учитывая отмеченные выше изменения, очевидно, что молодежь не предъявляет серьезных требований к туристским ресурсам дестинации, а порой сама создает их. Так, молодежь становится важным фактором в развитии мест их пребывания, открывая новые привлекательные для туристов места, создавая новые формы размещения. Например, Backpackers уже давно не узкая группа туристов, Backpackers превратились в целое направление в молодежном туризме, а теперь к ним присоединяются цифровые кочевники и flashpackers, главный принцип которых - свобода передвижений и максимум впечатлений. Растущая популярность фестивалей также способствует созданию новых направлений для молодежного туризма.

Кроме того, ЮНВТО и WYSE Travel Confederation прогнозируют ряд изменений, которые ожидают молодежный туризм в ближайшем будущем [4; 5]:

- Цифровые кочевники (группа людей, которые используют цифровые телекоммуникационные технологии для выполнения профессиональных обязанностей и ведут мобильный образ жизни) станут неотъемлемым сегментом рынка молодежного туризма. Как следствие, будет увеличиваться спрос на совместное рабочее пространство, гибкое размещение, обмен транспортом.

- Опыт по-прежнему будет занимать важное место в молодежных поездках, что говорит о возможности создания новых привлекательных турпродуктов совместно с потребителями.

- Использование социальных сетей для поиска информации и бронирования будет расти. Появятся новые каналы и платформы, которые наиболее предпочтительны среди молодежи.

- Продолжится работа по упрощению визовых формальностей и поддержке молодых путешественников для совершения целенаправленных путешествий (например, посещение фестивалей или спортивных событий).

Рынок молодежного туризма продолжает расти, и с каждым годом его развитие становится

все более приоритетным для многих стран. Принимающая туристов сторона должна понимать быстро изменяющиеся потребности и желания молодых людей, чтобы стимулировать их к путешествиям.

Для привлечения молодых туристов необходимо формировать современную инфраструктуру, развивать интересные молодежи направления. Для молодых туристов во всем мире имеет значение наличие электронного доступа к гидам по территории, возможности бронирования мест в бюджетных отелях и оформления визы, изучения программ образования, культурных сайтов и пр. Все это создает потенциал развития индустрии в целом.

Вопросы, связанные воздействием, которое путешественники оказывают на места, которые они посещают, а также на местное население, несомненно, будут по-прежнему задаваться и обсуждаться. Рост мобильности молодых людей, их стремление жить во время путешествия как местное население, рост популярности фестивалей, а также способность молодых людей самостоятельно открывать новые привлекательные туристские места дает основание считать, что практически любая территория вне зависимости от наличия туристских ресурсов при проведении детально спланированной маркетинговой политики может рассчитывать на внимание молодых туристов.

Список литературы

1. Affiliate Members Report. Volume thirteen [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report_Power-of-Youth-Travel_2016.pdf (дата обращения: 05.05.2019).
2. D Chapman, Youth Tourism and Volunteer Tourism: New Source of Growth / D. Chapman [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3.3._s3_wtc_2016_-_david_chapman.pdf (дата обращения: 05.05.2019).
3. The power of youth travel. Report. V. 2 // Affiliate members report published by UNTWO and WYSE Travel Confederation. – 2016. – 38 p.
4. Youth Travel New Horizons IV 2018 Preview [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2018/06/New-Horizons-IV_Preview.pdf (дата обращения: 05.05.2019).
5. Youth Travel New Horizons IV What the youth travel market is really about [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bizcommunity.com/Article/1/373/174662.html> (дата обращения: 05.05.2019).

Lomakin A. L.

*doctor of economics, professor, department of national security,
The Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration (RANEPA)*

HYPED PROJECTS ONLINE AS A THREAT TO FINANCIAL SECURITY

Ломакин Андрей Леонидович

*доктор экономических наук, профессор кафедры экономической безопасности,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ (РАНХиГС)*

ХАЙП-ПРОЕКТЫ ОНЛАЙН, КАК УГРОЗА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Summary.

Due to the development of modern technologies financial pyramids have got an opportunity of expanding the scope of its activities and now such pyramids in the Internet are called HYIPs. This article is devoted to the analysis of the HYIP functioning as a new type of fraudulent scheme. There are calculations of financial losses of citizens from participation in such financial schemes. Special attention is paid to the impossibility of legislative regulation of decentralized socio-economic phenomena, including the HYIPs. There is a new approach, which is proposed and justified, to understanding and solving such an actual problem.

Аннотация.

С развитием современных технологий финансовые пирамиды получили возможность расширить масштаб своей деятельности, и теперь функционируют в Интернете под названием «хайп-проект». Данная работа посвящена анализу функционирования «хайп-проектов» как нового вида мошеннических схем и оценке финансовых потерь граждан от участия в них. Особое внимание уделяется принципиальной невозможности в современных условиях правового регулирования децентрализованных социально-экономических явлений, к которым и относятся «хайпы». Предлагается и обосновывается новый подход к пониманию и решению данной проблемы.

Key words: *hyip, financial pyramid, financial security of person, financial threat, high-risk investment, investment program.*

Ключевые слова: *хайп-проект, финансовая пирамида, финансовая безопасность личности, финансовая угроза, высокорисковое инвестирование, инвестиционный проект.*

Постановка проблемы. В связи с развитием информационных технологий, общество постоянно сталкивается с появлением новых финансовых угроз, которые требуют ответных реакций со стороны государства. Однако некоторые явления современное законодательство не в состоянии регламентировать по ряду причин. Одной из актуальных угроз является инвестирование в финансовые схемы под названием «хайп-проекты». «Хайпы» - серая зона экономики, где задействованы значительные средства граждан, и, безусловно, такое инвестирование представляет серьезную угрозу финансовой безопасности личности.

Анализ последних исследований и публикаций. До сегодняшнего дня тема хайп-инвестирования в Интернете не была широко исследована в научной среде. Несмотря на то, что сама идея «хайп-фонда» зародилась еще в начале 2000-х годов в Америке, проблема инвестирования в Интернете стала активно подниматься только сейчас. Исследование, проведенное Neisius, J. (Технический университет Мюнхена) и Clayton, R. (Кембриджский университет), показало, что в 2013 году общий оборот денег в «хайп-проектах» составил 47 миллионов долларов, а один проект в среднем получил прибыль в размере 8 тысяч долларов. По оценкам исследователей, даже осведомленные спекулянты теряли в среднем 24% своих инвестиций в финансовых онлайн-пирамидах [1]. Учитывая интенсивное развитие информационных технологий и совершенствование методов мошенничества за последние 5 лет, эти потери на сегодняшний день многократно выросли. Компания по связям с общественностью Canada Newswire отмечает, что часто «хайп-проекты» управляются организациями, которые, как правило, находятся за рубежом, что затрудняет для клиентов предъявление им претензий в суде [2].

Группа польских исследователей Katarzyna Gniadzik, Grzegorz Kowalik, Oskar Jarczyk, Radoslaw Nielek вывели ряд стратегий, определяющих срок жизни «хайп-проектов», а также показали, как реклама влияет на работу финансовых схем. Согласно исследованию, «хайп-проект» может использовать одну или несколько стратегий выхода (закрытия мошеннического проекта):

1) Цель – деньги. Проект закрывается, когда текущий объем инвестиций превышает установленное значение.

2) Цель - уровень прибыли. Проект закрывается, когда уровень прибыли опускается ниже установленного значения.

3) Количество инвестиций. Проект закрывается, когда количество активных инвестиций превышает установленное значение.

4) Время. Проект закрывается через определенный промежуток времени.

Возможно использование различных комбинаций вышеперечисленных условий для создания лучшей стратегии функционирования. Так, «хайп-проекты», использующие большинство стратегий,

будут работать в среднем 50 дней. Одним из факторов, сокращающих жизнь проекта, является недостаточное количество рекламы [3].

На сегодняшний день выявлены основные признаки «хайп-проекта»:

- отсутствие учредительных документов или регистрацию компании за рубежом;
- легенда деятельности «хайп-фонда» часто связана с проведением операций на рынке Forex и рынке криптовалют;
- высокий фиксированный процент доходности без указания конкретных рисков или возможного уровня риска;
- использование анонимных платёжных систем для пополнения счёта и вывода денежных средств.

На основе данных признаков можно вычислить финансовую пирамиду в Интернете и определить потенциально высокорисковые проекты. Главная проблема заключается в отсутствии правового регулирования Интернет-инвестирования, из-за чего страдают тысячи частных инвесторов по всему миру.

Серьезный анализ данного явления только начался, и уже успел стать актуальным предметом дискуссии исследователей из разных стран.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. В представленных ранее работах угроза лишь детерминируется, и подчеркивается необходимость разработки системы нормативно-правовых актов, которые смогут регулировать деятельность «хайп-проектов». В данной статье рассматривается новый подход к правовому регулированию «хайп-проектов», представляются оценки потерь граждан от деятельности указанных финансовых пирамид, и обосновывается невозможность их минимизации в рамках существующей правовой парадигмы.

Цель статьи. В связи с вышесказанным, целью работы является анализ функционирования «хайп-проектов», отражение экономических потерь, а также обоснование необходимости разработки нового правового механизма регулирования Интернет-инвестирования.

Изложение основного материала. «Хайп-проект» (HYIP — High Yield Investment Program) – это высокодоходная инвестиционная программа, построенная по принципу Понци и существующая за счет постоянно прибывающих в неё новых участников. Обещанная доходность по депозиту в среднем составляет 3% в день. Зачастую проект позиционирует себя как инвестиционный фонд (поэтому второе название «хайп-проекта» - «хайп-фонд»), который вкладывает деньги в криптовалюту и спекулирует на ее курсе, либо получает доход от проведения операций на рынке Forex.

«Хайп-проект» - это очередная ступень развития финансовых пирамид, онлайн-версия схемы Понци. В эволюции финансовых пирамид можно выделить три основных этапа:

1. Классическая финансовая пирамида. Режим оффлайн: люди физически вкладывают (относят)

свои деньги в проект (процесс происходит сравнительно медленно, у людей есть возможность одуматься);

Например, в 2008 году была выявлена финансовая пирамида Бернарда Мейдоффа, действовавшая под видом одного из наиболее прибыльных и надежных инвестиционных фондов США. По мнению специалистов, она является крупнейшей финансовой аферой в истории - ущерб вкладчиков составил 64,8 миллиардов долларов [4]. Также примером классической финансовой пирамиды служат мошеннические схемы Ч. Понци и С. Мавроди.

2. «Хайп-проекты», или «хайп-фонды». Режим онлайн: для инвестирования нужен только гаджет с доступом в Интернет. Деньги переводятся быстро, личное присутствие при вложении денег не требуется, но время на отказ от инвестиций есть - можно проанализировать отзывы в Интернете по данному проекту;

Например, в «хайп-проект» под названием «Sportvest Capital», просуществовавший менее двух месяцев (с 04.09.2018 по 02.11.2018), 14073 вкладчика инвестировали более 4,3 млн. долларов (данные по состоянию на 28 октября 2018 года). При этом выплачено было лишь 2,3 млн. долларов, и вплоть до закрытия проекта разница между вложенными и выплаченными деньгами сохранялась на плавающем уровне в 50%. Это означает лишь то, что больше половины вложенных в эту систему средств не вернулись к их обладателям.

3. «Хайп-боты» - это новейший этап эволюции финансовых пирамид (режим блиц-чата). В этом случае нет возможности связаться с проектом по телефону или написать на почту, диалог ведется с компьютерной программой (ботом) в нашем гаджете. Деньги переводятся «на ходу», буквально под влиянием импульса, времени изменить свое решение нет, ведь обещанный доход находится на расстоянии всего нескольких нажатий. С психологической точки зрения потенциальный инвестор не успевает подумать и взвесить свои решения.

Например, в 2017 году в работе «хайп-проектов» начали использоваться специальные инвестиционные боты на базе популярного мессенджера Telegram. В проект «Lara with me» вложили свои средства более 87 000 инвесторов с суммарными вложениями более 27 миллионов долларов (согласно данным со страницы «Lara with me» на Facebook) [5]. Сервис, как и большинство, был зарегистрирован в Великобритании.

В Таблице 1 приведены примеры «хайп-проектов», данные о вложениях и выплатах по каждому из них по состоянию на 20.12.2018. Зависимость выплат от периода жизни проекта прямая - чем моложе проект, тем ниже процент выплат из-за небольшого числа инвесторов на начальном этапе. Количество участников зависит от известности и популярности проекта и срока его существования (краткосрочный - до 3 месяцев, среднесрочный - до 1 года, долгосрочный - от 1 года).

Таблица 1.

Данные об инвестировании в «хайп-проекты»

Название проекта	Дата старта проекта	Дата закрытия проекта	Количество участников	Суммарные вложения	Суммарные выплаты	% выплат от суммарных вложений
DER Global Limited	15.11.17	активен на 05.01.2019	56940	273 836 571 \$	129 749 389 \$	47,4%
Inquantum	21.10.18	25.12.2018 (66 дней работы)	22188	152 327 756 руб.	37 509 622 руб.	24,6%
DM-TRADE	02.12.18	23.12.2018 (21 день работы)	4095	235 084,79 \$	76 260,37 \$	32,4%
Alliance Investment	07.12.18	29.12.2018 (22 дня работы)	297	67 031,74 \$	10 123,87\$	15%

По состоянию на 05.01.2019 действующим остаётся только 1 проект из 4 выбранных - это DER Global Limited, остальные прекратили выплаты, и их ссылки на сайт больше недоступны, сайты-мониторинги также представляют информацию о закрытии проектов. Само время закрытия проекта зависит не только от выбранной создателем стратегии, но и от множества других факторов, которые невозможно учесть при любых логических раскладах. Конечные цифры выплат в день прекращения выплат неизвестны, однако, очевидно, что большая часть людей не только не вышла в безубыток от своих вложений, но и в принципе потеряли свои де-

нежные средства. Например, Alliance Investment закрылся раньше срока окупаемости - через 22 дня, когда сама инвестиционная программа была рассчитана на 100 дней.

Анализ пяти популярных сайтов-мониторингов «хайп-проектов» (Таблица 2) показал, что в среднем один сайт каждый месяц информирует о появлении не менее 20 новых мошеннических схем, причем, хорошо разрекламированные проекты могут быть представлены на нескольких сайтах одновременно. Нужно отметить, что сайты, ориентированные на размещение информации преимущественно о краткосрочных проектах, публикуют в разы больше новых «хайпов» в месяц, нежели те,

что нацелены на публикацию более стабильных и относительно качественных проектов. Это говорит о том, что в действительности проекты появляются

и закрываются непрерывно, и даже сами мониторы не в состоянии фиксировать появление каждой финансовой пирамиды.

Таблица 2.

Данные о среднем количестве новых «хайп-проектов» в месяц

Название монитора	Приблизительное количество новых «хайп-проектов» в месяц
MillionInvestor	30
Profvest	35
GoldPoll	32
HyipExplorer	20
Investors-protect	180
Всего	297

Таким образом, если не будут предприняты меры в отношении данного вида мошенничества, при сохранении тенденции увеличения появления «хайп-фондов», реальные потери инвесторов будут выше любых прогнозируемых и исчисляться совокупно в миллиардах долларов, что, несомненно, представляет собой финансовую угрозу.

Анализ деятельности «хайп-проектов» позволяет отметить:

1) участие инвесторов в пирамиде является абсолютно законной деятельностью, так как они добровольно инвестируют свои средства;

2) капиталы частных лиц уходят из прозрачных финансовых отношений в «серую», полулегальную финансовую среду;

3) с полученного дохода (чаще инвесторы уходят в убыток, если повезет – остаются в безубытке) налог не платится, а установить личность пользователя анонимной платёжной системы, через которую были проведены деньги, практически невозможно;

4) создание классических пирамид преследуется по закону, но закон не работает в отношении Интернет-пирамид, их создателей трудно установить, и еще труднее привлечь к ответственности.

В методах борьбы с финансовыми пирамидами в сложившейся ситуации не рассматривается повышение финансовой грамотности граждан и другие просветительские аспекты в силу их очевидности и малоэффективности. Так, целесообразно рассмотреть возможность защищать интересы граждан при инвестировании в Интернете через призму новой, децентрализованной правовой парадигмы.

Вследствие того что жёсткая централизованная правовая система не соответствует тотальной децентрализации современных социально-экономических явлений, законодательство не только не успевает реагировать на изменения в обществе, но и принципиально не отвечает современной системе социально-экономических отношений в обществе. Помимо хайп-инвестирования, в этот список также можно отнести микрофинансирование в Интернете, децентрализованные трудовые отношения (фриланс, самозанятость, пиринговые платформы Яндекс.Такси и YouDo) и здравоохранение (современная медицина оснащает человека технологиями, позволяющими контролировать здоровье непрерывно и превентивно).

Главная проблема невозможности контроля рассматриваемых явлений сосредоточена не в наличии или отсутствии законов, а в механизме контроля за их исполнением. В связи с этим видится насущная необходимость решения сложной задачи перехода к новой правовой парадигме, подразумевающей «революцию» в юриспруденции.

Ввиду отсутствия систематизированных статистических данных, позволяющих выявить взаимосвязь между нормами права и объемом финансовых потерь физических лиц от инвестирования в мошеннические схемы в Интернете, невозможно провести строгий анализ этой зависимости. Однако по ряду косвенных признаков можно сделать предположение о полном отсутствии корреляции между данными явлениями или о том, что коэффициент корреляции близок к нулю.

Современная правовая парадигма не в состоянии регулировать одноранговую структуру взаимоотношений физических и юридических лиц, то есть пиринговая система в принципе не может регулироваться централизованной системой права. Будущие законодательные меры в отношении децентрализованных явлений будут иметь лишь временный эффект, но потом явления превратятся в заведомо нерешаемую задачу в рамках действующей правовой системы. Отсюда вывод – законодательство должно эволюционировать вместе с переходом общества на новый этап индустрии 4.0, а возможно, и «революционировать».

Идея новой парадигмы состоит в создании концепции свода правил, или свода алгоритмов – одноранговой системы в пространстве нового права, которая будет реализовываться через новые информационные и облачные технологии.

У каждого закона есть своя география действия, поэтому регулировать деятельность в Интернете можно только посредством интеграции права в новое пространство – цифровое, где оно станет децентрализованным.

Использование новой технологии «Больших данных» (Big Data) позволит анализировать большие объемы информации. В юриспруденции есть понятие «буквы закона» и «духа закона». В «Больших данных» «буквой закона» станет структурированная база данных (описание протекающих между субъектами процессов), а «духом закона» - неструктурированная (информация о продажах, покупках и

т.д.). Технология блокчейна будет являться стержнем, на котором будет строиться новая правовая парадигма. Если записи в блокчейн-реестре были получены без нарушения, то они даже могут быть представлены в суде в качестве доказательства, то есть с юридической точки зрения хэш-код, которым фиксируется запись в блокчейне, — это электронный документ, который может являться письменным доказательством в суде при нарушении законодательства и прав граждан и выявлении мошеннических операций.

В рамках пиринговой правовой парадигмы контакты между субъектами будут регламентированы, и функционирование будет осуществляться аналогично механизму смарт-контрактов - способа исполнения обязательств посредством сценария, заложенного в программный код, или самоисполняемых соглашений - и реализовываться в системе блокчейн. Уже сейчас в Российской Федерации разрабатывается ряд нормативных правовых документов, посвященных технологии блокчейн и смарт-контрактам.

В рамках описанной концепции контакты изначально будут находиться в регулируемом новой системой права Интернет-пространстве, что делает проведение незаконных операций невозможным явлением.

Необходимо отметить, что появление новой парадигмы вовсе не означает отказ от старой правовой системы. Новая концепция должна стать основой регулирования взаимодействий в обществе, а существующее законодательство — её частным случаем.

Всё названное возможно осуществить только с помощью полноценной цифровой трансформации общества, к которой стремится каждая страна. Обязанность государств в таком случае (как гласит одно из основополагающих правил Хартии глобального информационного пространства) - согласовывать свои действия по созданию безопасного киберпространства, безопасности информационных систем, защищенных от преступности, в том числе от транснациональной организованной преступности [6].

Выводы и предложения. Данное направление трансформации правовой системы является новым подходом к устранению финансовых угроз. К преимуществам новой концепции можно отнести иной механизм работы: полная интеграция надзора за исполнением закона с регулируемой им реальной деятельностью, система права действует превентивно и не допускает нарушений законодательства. Недостатком является сложность внедрения и затяжной

переходный период, так как долгое время два типа подходов — традиционный и новый — будут существовать вместе.

Принципы новой правовой концепции — непрерывность процесса регулирования, постоянная корректировка, недопущение незаконных действий — являются основополагающими и отвечают задачам и требованиям индустрии четвертого поколения.

Таким образом, вне зависимости от того, какой путь развития выберет современное право, старая система уже не работает в отношении рассматриваемых явлений, и поэтому её совершенствование в данных направлениях контрпродуктивно. Цифровая трансформация социально-экономических отношений в обществе неумолимо приведет к цифровой трансформации правовой системы, одним из возможных вариантов которой является предложенная в данной работе пиринговая правовая парадигма (ППП).

Список литературы:

1. Neisius, J., Clayton, R. Orchestrated Crime: The High Yield Investment Fraud Ecosystem. - URL: <https://www.cl.cam.ac.uk/~rnc1/orchestrated.pdf> (дата обращения: 05.02.2019).
2. CANADA NEWSWIRE. High-Yield Investment Programs - Caution when dealing with Steeve Beaudin and maxhyip.com. Canada Newswire, [s. l.], 5 nov. 2014.
3. Katarzyna G., Grzegorz K., Oskar J., Radoslaw N. Looking For Big Money In The Grey Zone. Simulation Of High Yield Investment Programs Strategies. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/2d9b/85d98a7d6057b0dc47dcae7a3535c367c964.pdf> (дата обращения: 05.02.2019).
4. Михельсон А.А., Конягина М.Н. Финансовые пирамиды на новом этапе развития [Текст] / Роль и место информационных технологий в современной науке: сб. ст. - Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2017. — С. 131. - URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=31884186> (дата обращения: 05.02.2019).
5. Боты строят пирамиды // rbc.ru [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2017/06/27/5943bf2d9a7947b38f0e9ff7> (дата обращения: 05.02.2019).
6. Чернов А. А. Становление Глобального Информационного Общества: Проблемы И Перспективы — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. — С. 79. URL: <http://window.edu.ru/resource/327/49327/files/chernov.pdf> (дата обращения: 05.02.2019).

Colloquium-journal №10(34), 2019

Część 7

(Warszawa, Polska)

ISSN 2520-6990

Czasopismo jest zarejestrowane i publikowane w Polsce. W czasopiśmie publikowane są artykuły ze wszystkich dziedzin naukowych. Czasopismo publikowane jest w języku angielskim, polskim i rosyjskim.

Artykuły przyjmowane są do dnia 20 każdego miesiąca.

Częstotliwość: 12 wydań rocznie.

Format - A4, kolorowy druk

Wszystkie artykuły są recenzowane

Każdy autor otrzymuje jeden bezpłatny egzemplarz czasopisma.

Bezpłatny dostęp do wersji elektronicznej dziennika.

Wysyłając artykuł do redakcji, Autor potwierdza jego wyjątkowość i bierze na siebie pełną odpowiedzialność za ewentualne konsekwencje za naruszenie praw autorskich

Zespół redakcyjny

Redaktor naczelny - **Paweł Nowak**

Ewa Kowalczyk

Rada naukowa

- **Dorota Dobija** - Profesor i rachunkowości i zarządzania na uniwersytecie Koźmińskiego, dyrektor programu k. e. n.
- **Jemielniak Dariusz** - prof. dyrektor centrum naukowo-badawczego w zakresie organizacji i miejsc pracy, kierownik katedry zarządzania Międzynarodowego w Ku.
- **Henryka Danuta Stryczewska** - prof. dziekan Wydziału Elektrotechniki i Informatyki Politechniki Lubelskiej.
- **Mateusz Jabłoński** - Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki.
- **Henryka Danuta Stryczewska** - prof. , dziekan Wydziału Elektrotechniki i Informatyki Politechniki Lubelskiej i prof. Zbigniew Grądzki, prorektor ds. Nauki.
- **Sani Lukács** — eötvösa Loránd University, Faculty of Social Sciences, phd in sociology7
- **Király Tamás** — Szegedi Tudományegyetem, gyógyszerésztudományi Kar, phd gyógyszertár9
- **Gazstav Lewandowskij** — węgierski uniwersytet sztuk pięknych, Graficzny wydział / Specjalizacja w dziedzinie projektowania graficznego.
- **Bulakh Iryna Valerievna** - k.arh., Profesor nadzwyczajny w Katedrze Projektowania Środowiska Architektonicznego, Kijowski Narodowy Uniwersytet Budownictwa i Architektury

« Colloquium-journal »

Wydrukowano w « Chocimska 24, 00-001 Warszawa, Poland »

E-mail: info@colloquium-journal.org

<http://www.colloquium-journal.org/>