



**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ:
РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

*ВЫПУСК № 3
(март-апрель 2016)*

Москва 2016

УДК 33(06)
ББК 65я5

ISBN 978-5-4465-0923-2

Редакторы:

Московцев В.В., профессор, доктор экономических наук, кандидат технических наук, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, декан экономического факультета, зав.кафедрой менеджмента ФГБОУ ВПО «Липецкий государственный технический университет»

Московцева Л.В., профессор, доктор экономических наук, кандидат социологических наук, зав.кафедрой Государственного, муниципального управления и бизнес-технологий ФГБОУ ВПО «Липецкий государственный технический университет»

Загеева Л.А., доцент, кандидат экономических наук, доцент каф. менеджмента ФГБОУ ВПО «Липецкий государственный технический университет»

Научное обозрение. Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. Научное обозрение преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов российских вузов. М.: БукиВеди. 2016.- 64 С.

В опубликованных трудах отражены результаты научных исследований и теоретических обобщений в области экономики и политики. Научное обозрение предназначено для студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей российских вузов.

ISBN 978-5-4465-0923-2

© Коллектив авторов, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Богомольный Е.И., Шерешовец Е.В.	Правовой режим эксплуатации апартаментов	5
Груздева О.А.	Бедность в современной России и пути ее преодоления	10
Азарова С.П.	Использование технологии краудсорсинга для повышения конкурентоспособности бизнеса	14
Смотрова Т. И.	Анализ состояния регионального рынка недвижимости	18
Есина Л.С.	Мультимедийные презентации как средство обучения иностранному языку в экономическом ВУЗе	22
Бабаков Д.С., Попов А.Ю.	Дополнительные финансовые показатели, используемые при мониторинге проблемных кредитов малого и среднего бизнеса	25
Катышкина Д.В.	Особенности дивидендной политики российских акционерных обществ	30
Корлякова О.В., Марамыгин М.С.	О перспективах развития пластиковых карт и банкоматной сети кредитных организаций	32
Лобанова Е. В.	Анализ конкурентных преимуществ страховой компании путем построения ресурсного дерева	34
Мамаева А.Е.	Современные проблемы развития сферы мини-отелей в Екатеринбурге	44
Мухлынина И.В.	Сущность внутреннего аудита и его функции	46
Раджабова Р.Р.	Качественный сервис – неотъемлемая часть в сфере гостеприимства	49
Чумаков И.И., Харчилава Х.П.	Роль и функции государственных корпораций в российской экономике	51

Цыдыпова В.В.	Перспективные направления кластерного развития субъектов Российской Федерации	55
Толоконникова А.В.	Некоммерческая организация как один из инструментов достижения социально ориентированной модели государства	57
Мартынова И.В.	Современные модели развития банков и кризисные явления в российской банковской системе (Краткий аналитический обзор)	61

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ЭКСПЛУАТАЦИИ АПАРТАМЕНТОВ

Богомольный Евгений Исаакович,
к.т.н, д.э.н., профессор, лауреат Государственной премии РФ
и премии Правительства РФ, член наблюдательного совета
ГК – Фонд содействия реформированию ЖКХ,
зав. кафедрой управления недвижимостью, проблем
землепользования и ЖКХ Российской академии народного
хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва
Шершовец Елена Владимировна
Член Экспертного Совета по жилищной политике и ЖКХ
Государственной Думы РФ
Директор некоммерческого партнерства саморегулируемой
организации управляющих недвижимостью
«Качество. Инновации. Технологии», г. Москва

В статье рассматриваются проблемы, возникающие при управлении и эксплуатации зданий с нежилыми помещениями (апартаментами). Анализируются пробелы правового регулирования апартаментов.

Ключевые слова: *жилое помещение, апартаменты, нежилое помещение, недвижимость.*

Понятие «апартаменты» для советского человека было прочно связано с заграницей. Только несколько лет назад строительство апартаментов развернулось и в России, особенно в крупных городах – Москве и Санкт-Петербурге. На 2014 г. в Москве насчитывалось порядка 2 млн. квадратных метров апартаментов, а в объеме ах продаж новостроек апартаменты составили в среднем около 40%. Вместе с окончанием строительства первого здания апартаментов родился вопрос об его управлении, обслуживании и эксплуатации.

С правовой точки зрения понятие «апартаменты» расшифровывается в соответствии с Приказом Минспорттуризма РФ от 25.01.2011 № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи» как одна из высших категорий номеров, расположенных в средствах размещения и предназначены для временного проживания.

Жилищное законодательство не предусматривает такого понятия, как апартаменты. Статья 15 Жилищного кодекса Российской Федерации устанавливает порядок признания помещения жилым. Жилым помещением признается изолированное помещение, которое является недвижимым имуществом и пригодно для постоянного проживания граждан. Статья 228 Гражданского Кодекса Российской Федерации указывает, что «жилые помещения предназначены для проживания граждан. Гражданин – собственник жилого помещения может исполь-

зовать его для личного проживания и проживания членов его семьи». То есть необходимой характеристикой любого жилья служит его функциональное назначение: оно предназначено для проживания граждан. К жилым помещениям Жилищный Кодекс Российской Федерации относит квартиру, часть квартиры, жилой дом, часть жилого дома, комнату. Порядок признания помещения жилым помещением и требования, которым должно отвечать жилое помещение, в том числе по его приспособлению с учетом потребностей инвалидов, устанавливаются отдельными законодательными актами РФ [9, п.1]. Существует еще одно важное обстоятельство – норма о функциональном назначении жилого помещения является императивной, т.к. она не может быть изменена или вовсе отменена по соглашению сторон. Пользователь жилья не имеет права заключать никакие гражданско-правовые договоры, меняющие целевое использование жилых помещений. Об этом однозначно говорится, в частности, в рамках совместного Постановления Пленумов Верховного Суда РФ и Высшего Арбитражного Суда РФ от 1 июля 1996 г. N 6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» [12]. В пункте 38 указанного документа даются следующие разъяснения: «Сделки, связанные с арендой (имущественным наймом), безвозмездным пользованием, а также иным, не связанным с проживанием граждан, использованием организациями жилых помещений, которые не были переведены в нежилые в порядке, установленном жилищным законодательством, являются ничтожными».

Апартаменты в зданиях, в гостиницах, в санаториях и т.п. имеют иное функциональное назначение. Такие помещения используются для временного пребывания (место отдыха, лечения), в отличие от места жительства, под которым согласно статье 20 Гражданского кодекса Российской Федерации понимается место, где гражданин постоянно или преимущественно проживает. Отдельно заметим, что возможность зарегистрироваться по месту жительства не ставится в зависимость от права собственности на это помещение [7, п. 4.2; 8].

Новый тип зданий, который сегодня появился на рынке, представляет собой комплекс, который является недвижимым имуществом, но, при этом, не является многоквартирным домом, а является зданием, в котором все помещения нежилые. По договору об инвестировании строительства инвесторами приобретается право собственности на нежилое помещение бытового обслуживания (апартаменты для временного проживания).

После ввода здания в эксплуатацию должно начаться его управление, которое обеспечит благоприятные и безопасные условия временного проживания граждан, надлежащее содержание имущества общего пользования, а также предоставление коммунальных услуг. К имуществу

общего пользования можно отнести общие помещения дома, крыши, ограждающие и несущие конструкции дома, механическое, электрическое, санитарно-техническое и иное оборудование за пределами или внутри помещения, обслуживающее более одного помещения и т.п.

Здесь возникает важный вопрос – определение собственника имущества общего пользования, который и должен нести ответственность за надлежащее управление такого имущества.

Вариант первый.

Собственник здания (кроме апартаментов) – застройщик.

В случае если право собственности на помещения общего пользования зарегистрировано на застройщика, именно застройщик будет решать все вопросы обслуживания данного имущества. У **собственников апартаментов отсутствуют права на общее имущество**, отсутствует само понятие общего имущества, которое есть у собственников в многоквартирных домах, а, следовательно, **на данные правоотношения не распространяется действие жилищного законодательства**. В данном случае договор заключается между застройщиком, как единственным собственником помещений общего пользования и подрядной организацией. Здесь прямое применение норм гражданского законодательства – стороны могут заключить договор, как предусмотренный, так и не предусмотренный законом или иными правовыми актами. Скорее всего, это будет смешанный вид договора (Раздела III «Общая часть обязательственного права», Главы 37 «Подряд», Главы 39 «Возмездное оказание услуг», Главы 52 «Агентирование» и проч.).

Владельцы апартаментов могут возмещать расходы застройщику. В рамках договора инвестирования строительства такой обязанности может быть не предусмотрено, тогда это будет обязанность в силу нового договора. Кроме того, владельцы апартаментов оплачивают коммунальные услуги. Поскольку на владельцев апартаментов не распространяются положения жилищного законодательства об оплате коммунальных услуг, тарифы рассчитываются по ставкам для нежилых помещений.

Вариант второй.

Право собственности на здание (кроме апартаментов) ни за кем не зарегистрировано.

В данном случае имущество общего пользования будет принадлежать всем собственникам апартаментов и других нежилых помещений на праве общей собственности. Данный вывод подтверждается судебной практикой, в частности, пунктом 3 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 23.07.2009 N 64 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров о правах собственников помещений на общее имущество зданий» [11], который указывает, что «право общей долевой собственности на общее имущество принадлежит собственникам помещений в здании в силу закона вне зависимости от

его регистрации в Едином государственном реестре прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

Как же собственники нежилых помещений должны договариваться об управлении общим имуществом?

Данная ситуация прямо не описывается действующим законодательством. Однако, в пп. 3 ч. 1 статьи 4 Жилищного Кодекса Российской Федерации сказано, что жилищное законодательство регулирует отношения по поводу пользования общим имуществом. Также, Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 №25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса РФ» [13], в соответствии с пунктом 1 ст. 6 ГК РФ к отношениям собственников помещений, расположенных в нежилом здании, возникающим по поводу общего имущества в таком здании, разрешает применять нормы законодательства, регулирующие сходные отношения, в частности ст. 249, 289 и 290 ГК РФ и 44 – 48 ЖК РФ. В этом случае имеется в виду, что в том нежилом здании, в котором выделены отдельно в качестве самостоятельных объектов нежилые помещения, принадлежащие на праве собственности разным лицам, так же как и в многоквартирном доме, возникают отношения по владению, пользованию и распоряжению общим имуществом, т.е. отношения общей долевой собственности. Следовательно, собственникам нежилых помещений в здании, как и собственникам квартир, принадлежит доля в праве собственности на общее имущество здания – общие помещения, несущие конструкции, механическое, электрическое, санитарно-техническое и иное оборудование (аналогия со ст. 289 и 290 ГК РФ). Такая доля в праве собственности не отчуждается отдельно от помещения и дает ее обладателю право принимать участие в общем собрании собственников с голосом, размер которого пропорционален доле собственника в праве общей собственности на общее имущество в данном доме (аналогия со ст. 48 ЖК РФ). Кроме того, бремя содержания общего имущества в таком здании несут все сосособственники помещений, каждый соразмерно со своей долей в праве на общее имущество (аналогия со ст. 249 ГК РФ). Все вопросы управления общим имуществом здания, в том числе вопрос о возможности предоставить отдельные части такого имущества в пользование третьим лицам, решаются общим собранием собственников помещений в здании (аналогия со ст. 44 ЖК РФ).

Особое внимание надо обратить на то, что жилищное законодательство в нежилых зданиях можно применять только к отношениям по пользованию общим имуществом посредством проведения общих собраний собственников помещений. То есть, собственники апартаментов могут на общем собрании выбрать организацию для содержания и обслуживания общего имущества и предоставления коммунальных услуг

и обговорить условия такого договора. **Иные нормы жилищного законодательства на отношения к зданиям с нежилым помещениям не распространяются.** Нормы статьи 158 Жилищного Кодекса РФ об установлении размера платы за содержание и ремонт применена быть не может, поскольку у органов местного самоуправления нет обязанности устанавливать тарифы для нежилого фонда (ч. 4 ст. 158, ч. 7 ст. 5, ст. 14 ЖК РФ). Статья 161 Жилищного Кодекса РФ предусматривает стандарты управления многоквартирными домами, где главной функцией является обеспечение благоприятного проживания, что не может относиться к нежилым помещениям. Статья 7 Жилищного Кодекса РФ запрещает применение законодательства по аналогии в случае, если это противоречит существу отношений. Данный вывод подтверждается судебной практикой [5]¹.

Резюмируя можно сказать, что покупая апартаменты гражданам просто необходимо сразу задуматься о дальнейшей эксплуатации и обслуживании своего недвижимого имущества. Представляется целесообразным разработка отдельных нормативных актов, целиком посвященных обслуживанию апартаментов, во избежание путаницы, которая не редко возникает при применении законодательства по аналогии.

Список литературы:

1. Жилищный кодекс Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Постановление Пленумов Верховного Суда РФ и Высшего Арбитражного Суда РФ от 1 июля 1996 г. № 6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации».
4. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 23.07.2009 № 64 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров о правах собственников помещений на общее имущество зданий».
5. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 №25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса РФ».
6. Постановление ФАС от 23.08.2010 № Ф09-5956/10-С6 по делу № А50-3584/2010.
7. Постановление Конституционного Суда РФ от 14.04.2008 № 7-П.
8. Постановление Конституционного Суда РФ от 30.06.2011 № 13-П.

¹ Практика не противоречит Постановлению ВАС № 25, поскольку оно дает отсылку исключительно к статьям 44-48 ЖК РФ. Так, в решении Хостинского районного суда г. Сочи от 15.07.2011 отмечено, что спорное помещение (апартаменты) «...не может рассматриваться судом как жилое ввиду того, что в соответствии с действующим законодательством РФ апартамент есть номер в средстве размещения, состоящий из нескольких комнат, одна из которых имеет кухонное оборудование. Понятием апартамента определяется не категория квартиры как таковой, а категория гостиничного номера в средстве размещения. Средства размещения представляют собой помещения, имеющие не менее пяти номеров и используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для временного проживания туристов. Данный вывод суда основан на ныне действующих нормативных актах».

Также, ФАС Уральского округа (Постановление от 23.08.2010 № Ф09-5956/10-С6 по делу № А50-3584/2010) [6], указал, что «гостиницы не относятся к жилищному фонду, а расположенные в них помещения – к жилым помещениям».

9. Постановление Правительства РФ от 28.01.2006 № 47 «Об утверждении Положения о признании помещения жилым помещением, жилого помещения непригодным для проживания и многоквартирного дома аварийным и подлежащим сносу или реконструкции».
10. Приказ Минспорттуризма РФ от 25.01.2011 № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».
11. «Вестник ВАС РФ», № 9, сентябрь, 2009.
12. «Российская газета», № 152, 13.08.1996.
13. «Российская газета», № 140, 30.06.2015, «Бюллетень Верховного Суда РФ», № 8, август, 2015.

БЕДНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ И ПУТИ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Груздева О.А., профессор, к.э.н.
ФГОУ ВПО «Национальный исследовательский
технологический университет «МИСиС»
г. Москва

В статье анализируется проблема обострения бедности в современной России, оцениваются существующие подходы к ее измерению, предлагаются некоторые меры по сокращению бедности в нынешних сложных социально-экономических условиях.

Ключевые слова: бедность, критерии бедности, уровень жизни, прожиточный минимум, минимальный размер оплаты труда.

Проблема бедности в нашей стране стала всерьез осознаваться властью и научным сообществом как проблема государственная буквально с первых шагов рыночных реформ. К середине 1990-х годов по официальным данным количество бедных россиян достигло трети населения [3]. Между тем различные меры борьбы с бедностью и ее крайней формой, нищетой, – от различных денежных пособий до поощрения развития малого бизнеса – позволили повысить уровень и качество жизни российских граждан и несколько сгладить остроту ситуации в нулевые годы. Однако, со второй половины 2014 г. ситуация начала меняться в неблагоприятном направлении.

Падение мировых цен на углеводороды, ослабление рубля, санкционное давление стран Запада, недостаточность мер социальной поддержки населения привели к тому, что проблема бедности в нашей стране вновь обострилась.

В Послании Федеральному Собранию Российской Федерации 3 декабря 2015 г. Президент РФ В.В. Путин особо отметил необходимость преодоления бедности для реализации принципов справедливости, не скрывая при этом, что эта борьба «становится особо актуальной в пери-

од непростого и, к сожалению, усложняющегося состояния российской и мировой экономики» [1].

В этой связи хотелось бы заметить, что эффективность мер по борьбе с бедностью зависит не только от финансовых возможностей государства и политической воли его лидеров. Прежде чем предлагать тот или иной набор мер социально-экономической политики, стоит уточнить, что следует понимать под бедностью, кто может быть отнесен к числу бедняков, какие методы стоит применять для подсчета их количества.

Существует множество подходов к определению понятия бедности.

На наш взгляд, наиболее точно бедность можно определить как экономическое состояние части общества, при котором располагаемых доходов этой группы людей не хватает для удовлетворения их базовых, первичных потребностей.

В настоящее время сложились три основных подхода к определению бедности: абсолютный, относительный и субъективный.

Абсолютный подход связан с определением соответствующими государственными органами минимума средств существования (прожиточного минимума) и установлением на его основе черты бедности, то есть стоимости корзины товаров, достаточных для удовлетворения простейших (базовых) потребностей человека в продуктах питания, одежде, жилье. Состав, структура и количественные границы этого минимального набора, естественно, меняются вслед за изменениями потребительских стандартов и возможностей общества.

При относительном подходе бедными считаются те члены общества, чьи доходы ниже среднего уровня доходов по региону или по стране. Масштабы относительной бедности не совпадают с масштабами абсолютной бедности. И если теоретически абсолютная бедность может быть ликвидирована, то относительная бедность – неперенный атрибут любой страны с рыночной экономикой.

Субъективный подход базируется на исследовании мнения различных групп населения о минимальном доходе, необходимом для полноценной жизни, на оценках материального положения и уровня жизни, сделанных самими членами общества в ходе различных опросов.

В идеале комбинирование всех трех подходов позволяет в значительной степени уточнить контингент бедного населения, претендующего на участие в различных социальных программах для бедных.

В России официальный подход к определению бедности базируется на концепции абсолютной бедности: к бедным относятся домохозяйства и одиноко проживающие граждане с доходами ниже величины прожиточного минимума.

По этому критерию в нулевые годы доля бедных в составе населения неуклонно снижалась. Однако отмеченные выше неблагоприятные

тенденции изменения мировой конъюнктуры, санкционное давление, запаздывание мер государственной поддержки малоимущих привели к обратным процессам. Количество россиян с доходами ниже прожиточного минимума выросло к началу 2016 г. до 22,9 млн. чел. За чертой бедности оказались 19,2% от общего числа граждан страны. Год назад этот показатель составлял 16,1% [3].

Субъективное измерение бедности социологическими методами дает еще более тревожную картину. Исследования ВЦИОМ и Института социологии РАН показывают, что 30-32% среди опрошенных в возрасте не старше 55 лет ощущают себя бедными [4].

А между тем прошлогодний лауреат Нобелевской премии по экономике, британец Энгус Стюарт Дитон (*Angus Stewart Deaton*) в своих исследованиях пришел к выводу о том, что для более точной оценки масштабов бедности просто необходимо сочетать методы абсолютного и субъективного подходов, проводить совместный анализ официальной статистики доходов с данными опросов населения о расходах и потреблении [5].

Руководствуясь этими положениями и исходя из социально-экономической ситуации в стране, можно сделать вывод о том, что ученым необходимо усилить работу над выработкой более точной системы критериев и оценок уровня бедности. Политикам же следует проявить и волю и административное мастерство при разработке и осуществлению адресных мер помощи бедным слоям общества.

На наш взгляд, первостепенными здесь должны быть два направления: помощь семьям с детьми и повышение минимального уровня оплаты труда. Оба предложения связаны с отличительными особенностями российской бедности.

Официальная статистика свидетельствует о том, что более половины всех бедных в нашей стране имеют детей и/или низкооплачиваемую работу [3].

Заметим, что доля семей с детьми в составе бедного населения растет с 2008 г., и связано это с тем, что продуманной политики по снижению бедности именно этой категории населения в стране нет. В качестве одной из «пожарных» мер можно назвать лишь решение о праве на единовременную выплату в 20 тыс. руб. из средств материнского капитала на неотложные нужды семьи, принятое в 2015 г.

Другим направлением борьбы с бедностью должно стать преодоление такого, чисто российского явления, как бедность экономическая, бедность работающих людей, во многом порожденная радикальными экономическими реформами 1990-х годов. В отличие от развитых стран мира, где бедность почти всегда связана с безработицей, у нас две трети бедных имеют работу, но получают за нее весьма низкую зарплату.

Заметим, что минимальный размер оплаты труда (МРОТ) в 2015 г. был установлен на уровне 5965 руб. при величине прожиточного минимума в 9452 руб. (IV квартал) [3].

Среди экономистов преобладает мнение о том, что зарплата, способная спасти людей от бедности, должна превышать 1,5 прожиточного минимума. В России же, согласно статистике, примерно четверть работающих граждан зарабатывают меньше, чем 1,5 прожиточного минимума. Кроме того, исходя из данных того же Росстата, еще примерно четверть россиян зарабатывают лишь чуть больше прожиточного минимума [3]. Эти люди, безусловно, находятся в зоне риска оказаться в состоянии бедности.

Представляется абсолютно неоправданным тот факт, что минимальная зарплата в России до сих пор более чем в полтора раза ниже прожиточного минимума. А между тем планы по увеличению МРОТ до прожиточного минимума к 2018 г у правительства имелись, но ныне они отложены на неопределённый срок [2].

Уравнивание МРОТ с прожиточным минимумом могло бы повысить в обществе мотивацию именно к труду, а не к получению пособий, потянуло бы за собой рост реальных зарплат, что в конечном итоге увеличило бы покупательную способность населения и подтолкнуло бы экономический рост.

Мы рассмотрели лишь некоторые направления решения обострившихся проблем бедности. Каждое из них может помочь некоторым индивидам так или иначе преодолеть бедность, но ни одно из них не совершенно, а определить, какое из них лучшее, весьма непросто. Тем не менее, необходимо исходить из того убеждения, что борьба с бедностью – одна из важнейших стратегических задач развития нашего общества. Предложенные и другие меры должны переломить тенденцию падения уровня жизни людей.

Список литературы:

1. Президент Российской Федерации. Официальный сайт. – URL: <http://kremlin.ru> (дата обращения: 20.04.2016).
2. Правительство Российской Федерации. Официальный сайт. – URL: <http://government.ru> (дата обращения: 20.04.2016).
3. Федеральная служба государственной статистики РФ. Официальный сайт. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 20.04.2016).
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения ВЦИОМ. Официальный сайт. – URL: <http://wciom.ru> (дата обращения: 12.03.2016).
5. Nobelprize.org. Official web site of the Nobel Prize. – URL: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2015/press.html (дата обращения: 14.02.2016).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ КРАУДСОРСИНГА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА

Азарова С.П., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
кафедра «Маркетинг и логистика»
г. Москва

В статье рассматривается использование краудсорсинга как эффективного инструмента обратной связи. Автор приводит классификацию и примеры использования краудсорсинга в отечественной и зарубежной практике.

Ключевые слова: краудсорсинг, маркетинг, конкурентное преимущество, сбор мнений

Понятие «краудсорсинг» впервые употребил в 2006 году Д. Хау в журнале Wired, издающем статьи о влиянии компьютерных технологий на культуру, экономику и политику [4]. Термин «crowdsourcing» происходит от двух английских слов: «crowd» – толпа и «sourcing» – подбор и использование ресурсов. Австралийский маркетолог и консультант Х. Трейхль определяет краудсорсинг как подход к менеджменту, суть которого заключается в том, что компания ориентируется в производстве товаров и услуг на клиента и даёт ему возможность принимать решения [1]. Таким образом, краудсорсинг – это передача некоторых функций по созданию потребительских ценностей, а затем и других маркетинговых функций неопределённому кругу лиц из числа реальных и потенциальных потребителей на основании публичной оферты (предложения) со стороны фирмы-производителя. На Западе данный процесс называют «открытыми инвестициями». При этом формализованный трудовой договор или его неформализованный аналог не заключается, что отличает краудсорсинг от конкурса на замещение вакантной должности. По типу задач краудсорсинг классифицируют следующим образом:

1) Создание продукта (контента), когда он позволяет получить самую полную, актуальную и бесплатную базу знаний. Чаще всего в основе данного метода лежит механизм конкурсов, в результате которых имеется один или несколько победителей, которые становятся обладателями материальных или нематериальных призов. Схема конкурсов довольно выгодна для заказчиков услуги, которые в результате имеют большое количество вариантов контента, а исходя из этого и возможность делать выбор. Для исполнителей же данная модель часто является пустой тратой времени. Ведь гарантия того, что именно их труд будет оценён по достоинству, практически отсутствует.

2) Сбор мнений является важным типом краудсорсинга, особенно при проведении маркетинговых исследований. Данный метод даёт возможность обратиться к целевой аудитории для получения от нее необходимой информации. Для сбора мнений в интернет-среде используются такие краудсорсинговые платформы, как Innorinion, Chaordix и AnswerTap. Причём последняя примечательна огромной базой зарегистрированных пользователей и механизмом видеочата, когда заказчик или его представитель имеют возможность осуществлять сбор мнений через аудио-визуальный контакт.

3) Голосование – третий тип краудсорсинга, который часто является следующим этапом в создании контента. Данный метод помогает решить проблему: какой из вариантов продукта лучше. Вообще голосование выступает универсальным и стандартным этапом любого процесса краудсорсинга, в рамках которого происходит отбор и сравнение полученных результатов. Однако данный тип может существовать и независимо от контента: для фильтрации музыки, новостей, изображений, видеоклипов и т.д. Другими словами – всего того, что люди используют ежедневно.

Краудсорсинг, как механизм повышения конкурентоспособности, имеет ряд преимуществ. Первое из них заключается в доступе к талантливым кадрам по всему миру. Второе преимущество – это возможность получить необходимые материалы, идеи и другую информацию в результате работы привлечённой аудитории. Также заказчик имеет возможность самостоятельно определять стоимость проекта. Творческий результат проделанной исполнителями работы может быть совершенно непредсказуемым: есть возможность получить нечто уникальное и оригинальное. Преимуществом является также и то, что заказчик оплачивает лишь ту работу, которая действительно ему нравится и способна решить его бизнес-задачу. Всю необходимую работу при краудсорсинге выполняют неоплачиваемые или малооплачиваемые профессионалы и любители, которые тратят своё время на создание контента, проведение исследований, решение проблем и разработку. Краудсорсинг экономит время: заказчик не тратит силы на поиск отдельных исполнителей, не тратит время на переговоры или личные встречи, не просматривает портфолио.

Наряду с преимуществами, краудсорсинг обладает некоторыми недостатками. Во-первых, существует недостаток коммуникации между заказчиком и исполнителем, который не позволяет сделать достаточно сложный продукт. Во-вторых, отсутствуют гарантии результата: ни одна платформа не может дать 100% результат, однако почти все платформы возвращают приз, если заказчик не удовлетворён результатами проекта. Ещё одним недостатком является высокий уровень риска для исполнителя, так как платформа не гарантирует оплату работы всех участников проекта. Также нет гарантий того, что среди разработчиков не будет

хакеров, что созданные приложения будут безопасными. Краудсорсинг не всегда подразумевает качественное выполнение работы. И, наконец, многие удачные идеи рискуют остаться погребёнными под огромным количеством типичных предложений.

Используя технологии краудсорсинга можно быстро и качественно подняться на новый уровень развития, что принесёт немалую выгоду не только предприятию, но и всем сотрудникам в целом. Рассмотрим примеры использования краудсорсинга в практике отечественных и зарубежных организаций. Краудсорсинг широко применяется в работе Сбербанка, где он решает три задачи. Первая – это «биржа идей», в которую каждый сотрудник может отправлять свои предложения. Чаще всего идеи затрагивают повышение производительности труда или снижение издержек. Вторая задача – это поиск и отбор талантливых сотрудников с помощью специальных технологий оценки персонала, чтобы продвигать их внутри организации. Согласно утверждению Грефа, все 20 тыс. менеджеров банка прошли оценку, и теперь известен «потенциал каждого из них в деталях». Третья задача – благотворительность. «Это проект, совместный с благотворительным фондом для помощи детям, больных лейкемией, – говорит Г. Греф. Мы выпустили совместную кредитную карту, которую получили миллионы наших клиентов. Определённая часть от каждой транзакции по такой карте перечисляется на счёт фонда. Таким образом, в 2011 году мы собрали 250 миллионов рублей и порядка 9 миллионов долларов». Другой топ-менеджер Сбербанка В. Орловский видит в краудсорсинге новую модель управления, которая может использоваться в управлении компанией, сообществом и даже государством [3].

Ярким примером использования краудсорсинга в малом бизнесе является зарубежная компания Threadless, которую открыли молодые и перспективные Д. Никкел и Д. Дехарт. Они создали собственный сайт Threadless.com, где предложили людям выбрать дизайн их будущих футболок. Художники присылали им рисунки, а позже пользовательская аудитория выбирала лучшие из них. В качестве приза победители получали бесплатные футболки со своими рисунками, а остальные покупали их в магазине. В результате благодаря созданию контента компания достигла успеха. Футболки отлично продаются, потому что сотрудники Threadless чётко понимают, что надо потребителям. Это даёт возможность безошибочно отбирать лучшие эскизы.

Краудсорсинг широко распространен в сфере профессиональных услуг. Так, компания Linux при разработке своей операционной системы использовала технологию краудсорсинга и доказала, что сообщество коллег-единомышленников способно создать продукт лучше, чем компания Microsoft. Основателем данной ОС являлся финский программист Линус Торвальдс. Сегодня же в разработке системы принимает участие

большое число специалистов по всему миру (некоторые данные свидетельствуют о том, что код Торвальдса занимает менее 2% системы).

Компания Procter&Gamble также предпочитает использовать научные ресурсы со всего мира, продвигая платформу InnoCentive. На этом ресурсе учёные решают различные задачи, которые ставит перед ними P&G. Успешно справившиеся с заданием получают достойное вознаграждение от компании. Этот подход сокращает издержки и позволяет компании использовать лучшие умы, не нанимая их.

Известная сеть кофеен Starbucks использует краудсорсинг для диалога бренда со своей аудиторией и улучшения собственной деятельности. Так, компания запустила сайт mystarbucksidea.com, который позволяет пользователям делиться своими идеями касательно улучшения сети. За год работы сайта на нем зарегистрировали около 17 тысяч различных идей, по которым впоследствии проведено обсуждение и голосование. Компания реализует только самые популярные идеи, которые подходят ей.

Использование краудсорсинга дает возможность потребителям создавать уникальный дизайн продукции, а компаниям – улавливать слабые предпосылки будущих трендов. Производитель спортивной одежды и обуви Nike некоторое время назад запустил сайт, на котором любой желающий может собрать кастомизированные кроссовки с помощью своеобразного конструктора. Помимо Nike множество организаций делают также [2].

Краудсорсинг с успехом используется для отбора рекламных материалов, например, при выходе новой модели товара. Компания Ford в конце 2011 года совместно с сайтом Filmaka запустила конкурс, цель которого заключалась в том, чтобы обычные люди сняли рекламные ролики, посвящённые автомобилю Ford Mustang. Ролики, снятые простыми добровольцами, оказались довольно качественными. Лучшие ролики показывали по телевидению перед сериалом «Рыцарь дорог», а победитель получил приз – автомобиль Ford Mustang 2010.

Сайт Википедия также был создан с помощью технологии краудсорсинга. Д. Уэйлс, основатель Википедии, вспоминает, как люди скептически воспринимали идею создания новой сетевой энциклопедии с помощью простых добровольцев. Суть заключалась в том, что одни люди должны объединиться и создать хранилище знаний исключительно для передачи их другим. Несмотря на отсутствие рекламы, материальных средств, четкой стратегии, всего за десять лет Википедии удалось создать сообщество с аудиторией величиной более 380 млн. человек в месяц [1].

Рассмотренные примеры показывают всю многогранность использования краудсорсинга – от решения локальных и внутренних вопросов компании до проблем стратегического характера. Известные крупные

организации, такие как Сбербанк, РЖД, Nike, Starbucks, Ford, P&G и многие другие, используют краудсорсинг как инструмент маркетинга, и, как показывает практика, это позволяет добиться довольно серьёзных успехов. Таким образом, краудсорсинг является перспективным инструментом, который может вывести организацию на новый уровень конкурентоспособности.

Список литературы:

1. Панкрухин А. П. Краудсорсинг: соблазнительный маркетинговый агрессор // Практический маркетинг. 2011 №1 С.3-10.
2. Современные направления маркетинга. Теория, методология и практика применения // Карпова С.В., Стыцюк Р.Ю., Артемьева О.А., Авдиенко О.Б., Азарова С.П., Козлова Н.П., Рожков И.В., Пипко Е.Г., Крайнева Р.К., Озерова Т.С., Толмачева О.В., Фирсова И.А., Фирсов Ю.И. монография / Москва, 2011.
3. Краудсорсинг в Сбербанке. [Электронный ресурс] / Режим доступа http://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/crowds
4. Howe Jeff. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business. – Crown Business, 2009. – 336 p.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Смотрова Т. И., к.э.н.

АОНО ВО «Институт менеджмента, маркетинга и финансов»
г. Воронеж

В статье раскрываются результаты маркетингового исследования текущего состояния рынка недвижимости в городе Воронеж. Отражено влияние экономических факторов на сложившуюся ситуацию на рынке недвижимости города.

Ключевые слова: *Коммерческая недвижимость, маркетинговые исследования, субъекты рынка коммерческой недвижимости.*

Необходимость использования современных инструментов маркетинга на рынке торговой недвижимости, обусловлена, с одной стороны, противоречивостью отношений между участниками рынка, а, с другой, – потребностью выявления тенденций спроса и предложения и разработки механизма управления данными процессами.

Как отмечают Н.А. Анисимова, В.И. Алешникова, А.А. Жарков[1] развитие рынка недвижимости происходит из взаимосвязи спроса и предложения. Уровень спроса и предложения на рынке недвижимости в городе Воронеже в частности зависит от экономического развития Воронежской области: получения доходов от предпринимательской деятельности для юридических лиц и уровня заработной платы для физических лиц.

Анализ рынка недвижимого имущества выполнен с целью обзора ситуации, сложившейся в настоящее время в секторах рынка недвижимости города Воронежа. Как отмечалось в ранее проводимом исследовании [4] объекты недвижимости попадают на рынок по различным каналам. На сегодняшний день актуальными сохраняются три канала.

Во-первых, это помещения, находящиеся в муниципальной собственности и предлагаемые городским комитетом по управлению муниципальным имуществом. В настоящее время в основной своей массе выставляются на продажу и сдаются в аренду помещения невысокого качества. Они предлагаются во всех частях города, часто расположены в цокольных и подвальных помещениях жилых домов.

Сдача в аренду муниципальных помещений осуществляется на долгосрочной и краткосрочной основе по ставкам ниже арендных ставок, существующих на вторичном рынке, в том числе и при сдаче муниципальных помещений арендаторами в субаренду по согласованию с городским комитетом по управлению муниципальным имуществом.

Продажа муниципальных объектов осуществляется только на аукционах. При этом экспозиция объектов на рынке составляет не более 2 месяцев (с момента объявления торгов и до их проведения) и не во всех случаях может считаться достаточным маркетинговым периодом. Отсутствие же активной рекламы без проведения специальных маркетинговых исследований с адресной работой с потенциальными покупателями, в том числе и за пределами города, не позволяют говорить об адекватном маркетинге при продаже муниципальных объектов. Таким образом, нарушение одного из существенных требований концепции рыночной стоимости не позволяет интерпретировать цены на торгах как отражение последней.

Во-вторых, здания и помещения, продаваемые в случае обращения взыскания на недвижимое имущество должника. Как и при продаже муниципального имущества, при продаже арестованных объектов время экспозиции их на рынке не всегда может считаться достаточным маркетинговым периодом, отсутствует активная реклама, не проводятся глубокие маркетинговые исследования и адресная работа с покупателями. Кроме того, продавцов (владельцев объектов) в этих случаях нельзя рассматривать как добровольных участников сделки. Поэтому нарушение существенных требований концепции рыночной стоимости предполагает осторожное отношение к использованию в анализе рыночной стоимости оцениваемых объектов результатов продажи арестованного имущества.

В-третьих, объекты недвижимости, в добровольном порядке выставляемые на продажу и сдаваемые в аренду их собственниками. В эту категорию попадают объекты самого разного качества, как по физическим параметрам, так и по характеру отделки и обеспеченности факторами удобства.

Недвижимость Воронежа представлена такими крупнейшими строительными фирмами, как «Новые строительные технологии», ЗАО «ИП К.И.Т.», ОАО «ДСК», ЗАО «Воронеж-Дом».

ОАО «ДСК» (Домостроительный комбинат) – одна из самых старых компаний – возводит недвижимость Воронежа в течение более 30 лет. За это время освоено около 6,6 млн. кв. метров жилья. ОАО «ДСК» обеспечивает ежегодный прирост жилья, оставляющий 40% от общего количества возводимого в Воронеже. Компания специализируется на возведении жилья по различным строительным технологиям: кирпичное, каркасное, панельное, монолитное домостроение.

ЗАО «ИП К.И.Т.» известно с 1991 года. В течение этого периода в эксплуатацию сдано 348 756 кв. метров жилья. Компания имеет мощную техническую и производственную базы. Особенностью компании является разработка каждого дома по индивидуальному проекту. На предприятии поощряется внедрение новейших разработок. К примеру, освоено каркасное строительство высотных домов до 32 этажей для сейсмически опасных районов (с показателями сейсмичности до 9 баллов).

Многочисленные престижные награды ЗАО «Воронеж-Дом» отмечают устремленность и нацеленность компании на достижение наилучших результатов. ЗАО «Воронеж-Дом» возводит недвижимость Воронежа с 1994 года. Сильной стороной компании, помимо отлаженной системы строительства, является желание развиваться и творческий настрой. Компания занимается как построением жилья, так и активным возведением культурных объектов.

«НСТ» («Новые строительные технологии»), по сути, представляет из себя «конгломерат» шестнадцати предприятий. На местном рынке «НТС» известны также как «Крайс-групп». Предприятие сравнительно молодое (основано в 2005). В состав холдинга входят ЗАО «Проектный институт», ООО «Компания «Главмонолит», ООО «НСТ-Инжиниринг». Сфера деятельности компании отличается размахом: многоквартирные и малоэтажные индивидуальные дома, торговые и офисные площади, административные застройки, таунхаусы, объекты промышленности.

Таким образом, лидирующие позиции на рынке недвижимости города занимают компании, сосредотачивающие вокруг себя полный спектр обслуживающих строительство предприятий, производственных цехов и мастерских. Каждая компания, предоставляющая недвижимость Воронежа, специализируется на определенном сегменте рынка недвижимости или предлагает эксклюзивные услуги, поэтому можно отметить индивидуальность каждой компании.

На стоимость метра коммерческой недвижимости оказывают влияние множество факторов [2]. Так изменения в экономике, колебание курса валют повлекли за собой снижение стоимости недвижимости в городе.

В ноябре 2015 года стоимость жилой недвижимости, по данным

INFOLINE, снизилась на 0,7%. Общий индекс жилой недвижимости INFOLINE (vtx.ru) в конце ноября 2015 года составил 46035 руб./кв. м (-308 руб./кв.м.). С начала года по конец ноября жильё в Воронеже подешевело на 3% или 1418 руб./кв. м. За аналогичный период прошлого года стоимость воронежской недвижимости снизилась на 0,3% и квадратный метр на конец ноября стоил 47 412 руб./кв. м.

Новостройки в ноябре подешевели на 0,5%. Стоимость квадратного метра в новых и строящихся домах составила 44201 руб./кв. м (-227 руб./кв. м за ноябрь). С начала года новостройки подешевели на 2,8% (-1270 руб./кв. м).

Вторичный рынок аналогично показал снижение: -0,9% (-430руб./кв. м за ноябрь). Средняя стоимость на вторичном рынке составила 47615 руб./кв. м. С начала года недвижимость в данном сегменте подешевела на 3,5% (-1749 руб./кв. м).

Конец 2014 года ознаменовался ажиотажным спросом на фоне роста курсов иностранных валют. Многие люди, испугавшись за судьбу своих рублевых накоплений, поспешили вложить их в недвижимость, в связи с чем значительно вырос объем сделок, что продолжалось еще и в январе 2015 года. Однако ни в августе, ни в сентябре 2015 года, когда доллар сделал вновь резкий скачок вверх, эта тенденция уже не сохранилась и существенного увеличения покупательской активности и роста цены предложения на вторичном рынке не произошло. Это можно объяснить и тем, что рост курса не был столь ошеломляющим, и тем, что спрос с целью сохранения сбережений был фактически исчерпан. В 2016 году колебания курсов не будут оказывать существенного влияния на рынок недвижимости.

Введение новых или продление существующих санкций – не причина для существенных изменений на рынке недвижимости и роста стоимости квадратного метра. Санкции в большей степени оказали определенное влияние на рынок аренды элитных квартир, снимаемых для топ-менеджмента крупных иностранных компаний, которые уходят с Российского рынка или уменьшают масштабы своей деятельности.

В отличие от кризиса 2008 года, как отмечалось при оценке торговой недвижимости [5] текущий кризис проходит для застройщиков более гладко. Многие девелоперы и застройщики, пережившие катаклизмы 2008 года и сумевшие извлечь полезный опыт, сделали соответствующие выводы и смогли правильно оценить возможные риски, а также получили своеобразную подушку безопасности за счет ажиотажного спроса конца 2014 года, что позволило им продержаться какое-то время без привлечения кредитных средств. Объемы нового жилья в течение 2015 года вводились, новые проекты выходили на рынок, и можно говорить о рекордном объеме предложения на первичном рынке жилой недвижимости в границах Воронежа.

Тем не менее, очевидно, что от части проектов застройщикам придется отказаться, чтобы переложить средства на достройку объектов высокой и средней стадий готовности. С одной стороны, это снизит объем предложений на рынке новостроек, с другой – может стимулировать рынок в данном сегменте, что приведет к оттоку покупателей из сегмента новостроек в сегмент вторичного жилья.

Список литературы:

1. Анисимова, Н.А. Реализация комплекса маркетинга на рынке жилой недвижимости / Н.А. Анисимова, В.И. Алешникова, А.А. Жарков. - Науч. вестник Воронеж. Гос. арх-но стр-го ун-та № 11, 2013. - с. 90-96.
2. Жарков А.А. Маркетинговое планирование деятельности субъектов регионального рынков жилой недвижимости / А. А. Жарков, Н. А. Анисимова. – ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия, 2012. №5. С. 55-58
3. Оценочная деятельность. Минэкономразвитие. – (<http://economy.gov.ru/mines/activity/sections/CorpManagement/activity>). Проверено 12.04.2016 г.
4. Смотровая Т.И. Маркетинговые исследования на региональном рынке услуг [Текст]/Т.И. Смотровая, Н.А. Анисимова//Конкурентоспособность. Инновации. Финансы. -2011. -№ 2. -С. 21-28.
5. Смотровая Т.И. Характеристика и оценка торговой недвижимости / Т.И. Смотровая //Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Экономика и предпринимательство, 2009. № 7. С. 47-52.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ КАК СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Есина Л.С., ст. преподаватель
Институт заочного и открытого образования
ФГОБУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
кафедра «Иностранные языки-3»
г. Москва

Статья посвящена анализу практики использования мультимедийных презентаций в образовательном процессе ВУЗа. Представлен положительный опыт работы с мультимедийными презентациями в процессе профессиональной подготовки бакалавров.

Ключевые слова: профессиональное образование, мультимедийные презентации, монологическая речь, коммуникативная компетенция.

В настоящее время широкое использование мультимедийных презентаций в образовательном процессе ВУЗа стало наиболее эффективным методом представления учебного материала. Учебные аудитории сейчас оснащены современными техническими средствами (компьютерами,

электронными проекторами, интерактивными досками и т.д.), что позволяет достаточно эффективно проводить семинарские занятия по иностранному языку. Практически каждый преподаватель использует созданные им презентации на своих лекционных и семинарских занятиях. Студенческие презентации на иностранном языке также стали достаточно распространенным видом учебной деятельности. Умелое сочетание традиционных методов обучения с современными возможностями технологии помогает создать креативную атмосферу в аудитории и повысить мотивацию студентов к изучению иностранного языка. При этом обучение иностранному языку направлено на комплексное развитие коммуникативной, когнитивной, информационной, социокультурной, профессиональной и общекультурной компетенций студентов. Мультимедийная презентация прекрасно сочетает в себе иноязычный текст, визуализацию, анимацию, видео, звуки и другие эффекты. Так как «люди воспринимают информацию в следующих соотношениях: на 10% на слух; на 83% визуально; ... 50% того, что они услышали и увидели; 70% того, что они сказали и записали; 90% того, что они сказали, в то время, когда они что-нибудь делали и говорили» [1, С.83], то можно утверждать, что презентации способствуют наилучшему усвоению учебного материала. На основе большого опыта использования мультимедийных презентаций в учебном процессе можно сказать, что это - качественно новый подход в изучении иностранного языка, который обладает мощным педагогическим потенциалом.

Обучение иностранному языку в экономическом ВУЗе в условиях отсутствия языкового окружения должно быть построено таким образом, чтобы учащиеся смогли овладеть иностранным языком до уровня, позволяющего им осуществлять профессиональную деятельность на международном уровне. В системе заочного образования преимущественной является обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время. На нее отводится наибольшее количество часов. Мультимедийные презентации значительно активизируют, систематизируют и интенсифицируют самостоятельную работу студентов. Использование мультимедийных презентаций для интенсификации аудиторной и самостоятельной работы студентов оптимизирует образовательный процесс. Сейчас практически все студенты имеют хорошую возможность создавать свои индивидуальные презентации на профессиональные темы на иностранном языке.

Процесс формирования презентационных умений начинается на первом курсе. На подготовительном этапе студентам необходимо объяснить требования, предъявляемые к презентациям, ознакомить с характерными чертами структуры презентации. Даже такие простые истины как «... stand to the side of information on the board, not in front of it» [3, С.83] на начальном этапе приходится объяснять. Преподавателю следует объяснить

студентам, что обязательными структурными элементами презентации на иностранном языке являются: 1) титульный слайд, на котором обозначена тема, информация о ВУЗе и сведения об авторе; 2) на втором слайде – оглавление; 3) на третьем – ключевые слова и словосочетания; 4) затем – слайды с информационным материалом 5) последний слайд – выводы по теме. Текст в электронной презентации должен быть представлен в лаконичной форме.

Для подготовки презентации на иностранном языке по выбранной теме студент должен провести небольшую научно-исследовательскую работу, используя большое количество источников информации на иностранном языке. Тему обучающийся выбирает самостоятельно (она определяется специальностью). Предпочтение отдается современным экономическим проблемам. Если студент испытывает трудность с выбором темы, на помощь приходит преподаватель. Поиск информации рекомендуется производить в аутентичных Интернет-ресурсах и «систематизировать отобранный материал в соответствии со сформулированной целью» [2, С.21]. Каждая индивидуальная работа над презентацией – результат личного творческого поиска, исследования и является в этом плане уникальной. Затем обучающийся должен четко, лаконично, понятно и интересно изложить результаты своей творческой деятельности, используя программу PowerPoint. При этом практика монологического выступления студента на профессиональную тему на иностранном языке хорошо реализует выполнение задачи повышения коммуникативной компетенции. Кроме того, презентация предоставляет обширный материал для профессионального общения на иностранном языке. Некоторые вопросы, которые студенты задают выступающему после проведения презентации, являются основой для проведения дискуссий на профессиональные темы.

В итоге, в результате проведения презентаций студентам предоставляется великолепная возможность расширения знаний профессиональной лексики на иностранном языке, ее практического использования, а также возможность проявить свою креативность и реализовать свой интеллектуальный потенциал и способности к изучению иностранного языка. Позитивные стороны практического использования мультимедийных презентаций в учебном процессе очевидны: активное вовлечение студентов в учебный процесс; развитие навыков монологической речи; углубление и систематизация знаний по предмету; развитие интеллекта и расширение кругозора учащихся; совершенствование организации самостоятельной работы студентов во внеаудиторное время; развитие креативной самостоятельности студентов; усиление мотивации к познавательной деятельности. В группах студентов при этом улучшается посещаемость семинарских занятий, повышается интерес к изучению языка, а, в результате, улучшается успеваемость. При этом становится возможным

помочь студентам, обучающимся в заочном вузе, выработать надежный фундамент в знаниях иностранного языка, повысить профессиональную компетентность, и, что очень важно, развить навыки самостоятельного изучения иностранного языка с целью дальнейшего эффективного его использования в работе.

Список литературы:

1. Джен Руэ. Искусство презентации: Пер. с англ. М..2006. – 384 с.
2. Клаудиа Нельке. Проведение презентаций. – М.: Омега-Л, 2007. – 144 с.
3. Susan M. Reinhart. Giving Academic Presentations. – University of Michigan Press. 2013. – 200 pp.

УДК 336.77

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ МОНИТОРИНГЕ ПРОБЛЕМНЫХ КРЕДИТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Бабаков Д.С., магистрант группы М-ФУА-14
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
Научный руководитель: Попов А.Ю., к.э.н.,
доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
г. Екатеринбург

В статье рассмотрены дополнительные финансовые показатели, используемые российскими банками при мониторинге проблемных кредитов. Их применение позволяет выявить причины негативных тенденций в бизнесе клиента и избежать возникновения или снизить сумму просроченной задолженности по кредитам.

The article is about the additional financial measures that Russian banks use for monitoring troubled credits. These measures allow to identify the causes of negative trends in the client's business and avoid or reduce the amount of overdue credits.

Ключевые слова: *проблемный кредит, точка безубыточности, сальдо ликвидных средств, коэффициент прочности товарно-материальных запасов, соотношение собственного капитала и суммы кредитов*

Keywords: *bad credit, the break-even point, the balance of liquid assets, ratio strength of inventories, the ratio of shareholders' equity and total loans*

В течение всего срока жизни банковская ссуда подвержена кредитному риску. Из-за того, что и клиенты банка, и сам банк функционируют в динамично развивающемся окружении, уровень этого риска может постоянно меняться. Кредитные риски могут повлечь убытки банка, возникающие в результате неправильно принятого решения

при выдаче ссуды или неправильно выбранного метода хеджирования в случае принятия риска. Соответственно для снижения потерь банков от невозврата ссуд вопросы мониторинга и анализа финансовых показателей деятельности заемщика являются чрезвычайно актуальными на современном этапе, особенно в условиях кризиса. В настоящей статье поставлена цель рассмотреть дополнительные финансовые показатели, позволяющие банкам контролировать платежеспособность заемщика.

Для снижения рисков и предотвращения возможности возникновения убытков банку необходимо постоянно контролировать риски путем их мониторинга. Мониторинг риска проводится на основании ежеквартального (при необходимости, ежемесечного) контроля заемщика кредитующим подразделением. В результате мониторинга клиент может быть отнесен в одну из трех групп:

1. Клиенты с положительными тенденциями развития бизнеса: отсутствуют факторы риска, негативно влияющие на финансовое состояние в ближайшей перспективе.
2. Клиенты с негативными тенденциями развития бизнеса: имеются факторы риска, негативно влияющие на финансовое состояние в ближайшей перспективе.
3. Клиенты с угрожающими тенденциями развития бизнеса (проблемные клиенты): выявлено ухудшение финансового состояния заемщика или связанных лиц; имеются факторы риска, оказывающие существенное негативное влияние на финансовое состояние, значительно увеличивающие кредитные риски банка.

Статья посвящена дополнительным финансовым показателям, которые можно применять при анализе проблемных кредитов и выявлении существенных негативных тенденций в бизнесе предприятий малого и среднего бизнеса (МСБ). Эти показатели бывают полезны для принятия своевременных решений относительно дальнейшей работы с проблемной задолженностью. По практике российских банков, кредитующих предприятия МСБ, применение дополнительных финансовых показателей и коэффициентов особенно актуально в сложившихся на данный момент экономических условиях, когда отмечаются серьезные финансовые проблемы у заемщиков, а доля проблемных кредитов в портфелях банков увеличивается.

При выявлении негативных тенденций в бизнесе клиента анализируются также отраслевые и производственные факторы возникновения риска. Если клиент входит в группу компаний, может потребоваться мониторинг группы в целом. В обязательном порядке от заемщика требуется предоставить в банк экономически обоснованные причины снижения его финансовых показателей, перспективы выхода из сложившейся кризисной ситуации.

Коэффициентный анализ – важный инструмент финансово-экономического анализа проблемного заемщика из сегмента МСБ. Помимо стандартного набора коэффициентов (коэффициенты общей ликвидности, автономии, оборачиваемости запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, рентабельности, долговой нагрузки), рекомендуемого ЕБРР, при работе с проблемными заемщиками российские банки добавляют следующие показатели: точка безубыточности, сальдо ликвидных средств, коэффициент прочности запасов, соотношение собственного капитала и объема кредитов. Остановимся на каждом из них подробнее.

1. Точка безубыточности (ТБ) показывает минимальный объем реализации продукции (выручки), при котором предприятие не будет генерировать убыток, то есть прибыль будет больше или равна нулю.

$$ТБ = \frac{Пост.З + Проч. + ЛР}{В - Перемен.З} \times В$$

Где В – выручка,
Пост.З – постоянные затраты,
Перемен.З – переменные затраты,
Проч. – проценты по кредитам,
ЛР – личные расходы.

Личные расходы принимаются в расчет из-за специфики предприятий МСБ, где имеется тесная связь между бизнесом и семейным бюджетом собственников. Точка безубыточности используется при анализе динамики бизнеса и показывает величину выручки, необходимую для осуществления всех необходимых расходов (в том числе по процентным платежам) без уменьшения собственного капитала. Это один из основных показателей при проведении реструктуризации.

Точка безубыточности не является постоянным показателем и зависит от внешних и внутренних условий функционирования бизнеса. Например, открытие новых торговых точек или расширение производства влечет увеличение расходов на аренду недвижимости, заработную плату персонала, взносы во внебюджетные фонды, оплату налогов и т.п. При этом точка безубыточности меняется в большую сторону. Рост точки безубыточности при отсутствии изменений в условиях ведения бизнеса является индикатором ухудшения финансового состояния клиента.

2. Сальдо ликвидных средств (СЛС) позволяет оценить ликвидность бизнеса, один из основных индикаторов финансового состояния заемщика.

$$\text{СЛС} = \text{Нач.ДС} + \text{Пост.ДС} - \text{Зак.} - \text{Пост.З} - \text{Кред.} - \text{ЛР}$$

Где Нач.ДС – остаток денежных средств на начало периода,
 Пост.ДС – поступление денежных средств за период,
 Зак. – закупки товаров за период,
 Пост.З – постоянные затраты за период,
 Кред. – платежи по кредитам,
 ЛР – личные расходы.

В некоторых случаях, для увеличения или поддержания объема продаж заемщики банка увеличивают долю расчетов с покупателями с отсрочкой платежа, увеличивая тем самым объем дебиторской задолженности. Следствием этого является формирование прибыли по бухгалтерской отчетности и снижение фактических остатков денежных средств для осуществления своевременных расчетов по кредиту с банком.

Сальдо ликвидных денежных средств позволяет оценить возможность заемщика выполнить свои обязательства перед банком в срок, установленный договором. Сальдо можно сформировать построив отчет о движении денежных средств, а также рассчитав по формуле, указанной выше.

Сальдо ликвидных средств позволяет оценить мгновенную ликвидность предприятия и позволяет спрогнозировать ликвидность на будущие периоды даже с учетом сезонности бизнеса.

3. Коэффициент прочности товарно-материальных запасов (Проч. ТМЗ) показывает срок (как правило, в месяцах), в течение которого заемщик сможет поддерживать свою платежеспособность за счет имеющегося на данный момент объема товарно-материальных запасов (ТМЗ) при условии сохранения текущих показателей бизнеса.

$$\text{Проч. ТМЗ} = - \frac{\text{ТМЗ}}{\text{ЧП} - \text{Кред.}}$$

Где ТМЗ – величина товарно-материальных запасов на дату,
 ЧП – чистая прибыль за период (как правило, месяц),
 Кред. – совокупный взнос по кредитам за период.

В случае снижения рентабельности бизнеса или появления прочих существенных статей расходов клиент по-прежнему старается своевременно выполнить взятые на себя обязательства. Зачастую это происходит

за счет реализации основных фондов либо оборотных средств (у предприятий МСБ, чаще всего, за счет реализации товарно-материальных запасов). Уменьшение расходов на пополнение ТМЗ приводит к снижению их объема, что негативно сказывается на финансовом результате клиента и способно привести к потере бизнеса. Нужно учитывать, что уменьшение ТМЗ может привести к дополнительному снижению объемов реализации и выручки (например, за счет уменьшения потока покупателей вследствие снижения ассортимента ряда), что окажет дополнительное негативное воздействие на финансовые результаты деятельности предприятия и еще более снизит коэффициент прочности ТМЗ. Таким образом, необдуманное сокращение заемщиком ТМЗ, способное привести к полному закрытию бизнеса, является негативным сценарием для банка, так как ставит под сомнение возврат кредитных средств.

Российские банки сопоставляют коэффициент прочности ТМЗ со сроком, оставшимся до полного погашения кредита. Если срок погашения превышает значение коэффициента, клиенту необходимо предложить реструктуризацию либо принять решение о досрочном истребовании кредита.

4. Соотношение собственного капитала и суммы кредитов позволяет оценить зависимость заемщика из сегмента МСБ от внешнего финансирования и показывает соотношение собственного капитала клиента (как используемого в бизнесе, так и личного) и суммы всех его кредитов (как в целях бизнеса, так и потребительских).

$$ССК = \frac{\text{Биз.СК} + \text{Лич.СК}}{\text{Биз.Кред.} + \text{Лич.Кред.}}$$

Где ССК – соотношение собственного капитала и суммы кредитов,
 Биз.СК – собственный капитал, используемый в бизнесе,
 Лич.СК – личный капитал,
 Биз.Кред. – текущие бизнес-кредиты,
 Лич.Кред. – текущие потребительские кредиты.

Рекомендуется, чтобы соотношение собственного капитала и суммы кредитов превышало 1, так как один из основных общеизвестных принципов кредитования МСБ гласит, что сумма заемных средств не должна превышать собственный капитал заемщика. Если кредиты больше собственного капитала, то риски банка превышают риски клиента, что ослабляет позицию банка и усиливает, особенно психологически, позицию заемщика.

Применение описанных выше финансовых показателей при мониторинге проблемных клиентов вместе с набором классических финансово-аналитических показателей помогает выявить сложности и негативные тенденции в бизнесе заемщика. Это позволяет своевременно отреагировать на изменение имеющейся ситуации, оперативно принять меры по

работе с проблемной или потенциально проблемной задолженностью, и, в конечном итоге, благотворно сказывается на проблемных кредитах в портфелях российских банков.

Список литературы:

1. Костюченко Н.С. Анализ кредитных рисков. Часть 2. Проблемная задолженность. – Санкт-Петербург: Скифия, 2012. – 368 с.
2. Бороненкова С.А. и др. Анализ кредитоспособности заемщика. – Конспект лекций. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2015.
3. Бороненкова С.А., Мельник М.В. Комплексный финансовый анализ в управлении предприятием. Учебное пособие. – М. ФОРУМ: ИНФРА-М, 2016. – 336 с.

ОСОБЕННОСТИ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКИХ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ

Катышкина Д.В., магистрант
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации» Омский филиал
г. Омск

В данной статье рассмотрены современные теории дивидендной политики, а также методики выплаты дивидендов. Сформулированы особенности дивидендной политики российских акционерных обществ.

Ключевые слова: дивидендная политика, теории дивидендной политики, методики дивидендной политики.

В настоящее время дивидендная политика крупнейших российских акционерных обществ находится в стадии своего формирования. Многие вопросы, включая саму возможность выплаты дивидендов, пока еще не определены как для самих акционерных обществ, так и для инвесторов. Основная цель дивидендной политики заключается в определении оптимального размера дивидендных выплат и доли реинвестируемой прибыли в инвестиционные проекты. Разработка дивидендной политики – одна из основных составляющих процесса распределения прибыли и финансового обеспечения деятельности компании. В теории, размер дивидендов, выплачиваемый акционерам компании, является основным фактором при выборе направления размещения средств инвестора. Что касается российского рынка, то размер дивидендов в основном не находится в зависимости от финансовых показателей акционерного общества.

Изучение природы выплаты дивидендов в отечественной науке практически отсутствует. Определенный вклад в развитие данной области внесли такие авторы, как И. Лукасевич, Е. Федорова, Н. Пирогов, Н. Волкова, в монографиях Б.И. Алехина и М.Ю. Алексеева также затрагивались проблемные аспекты дивидендной политики в целом.

В финансовой литературе современности разделяют следующие теории выявления оптимального размера дивидендных выплат:

- теория независимости дивидендов (иначе теория иррелевантности дивидендов). Основные положения этой теории заключаются в том, что рыночная стоимость не зависит от дивидендной политики компании. Здесь благосостояние акционеров зависит в первую очередь от инвестиционной политики компании, и только потом, от распределения прибыли на выплату дивидендов. Авторы данной теории М. Миллер, Ф. Модильяни;
- теория предпочтительности дивидендов (теория существенности дивидендной политики). Авторы этой теории М. Гордон, Дж. Линтнер называют еще эту теорию «синицей в руках», все потому, что акционеры предпочитают получить выплату в качестве дивидендов сейчас, а не в качестве прироста капитала компании. Чем выше доля чистой прибыли, направляемая на осуществления выплаты дивидендов, тем привлекательнее рыночная стоимость акций акционерной компании;
- теория налоговой дифференциации. Основателями теории налоговых предпочтений являются К. Рамасвами, Р. Литценбергер. Данная теория заключается в том, что инвесторы отдадут предпочтение либо получать доход в виде дивидендов, либо в виде прироста капитала. Это зависит от налоговой ставки.

Среди вышеперечисленных теорий нам в большей степени импонирует теория независимости дивидендов М. Миллера и Ф. Модильяни, являющаяся основополагающей в исследованиях дивидендной политики и подразумевающая начисление дивидендов по остаточному принципу, после удовлетворения инвестиционных потребностей организации.

В теории финансов и на практике широко известен тезис: главная забота менеджеров – «обеспечить акционерам «справедливый» уровень дивидендов». Однако вопрос о том, какой уровень дивидендов является справедливым, по сей день остается открытым. При этом очевидно, что степень справедливости дивидендов определяется особенностями конкретного акционерного общества, включая его уровень развития, размер, отраслевую принадлежность, эффективность, потенциал роста, состав акционеров и прочие факторы.

В последние годы наметился рост дивидендных выплат. Крупные российские компании начали осознавать роль дивидендов как сигнала для инвесторов относительно общего состояния бизнеса. Дивидендные выплаты российских компаний, в отличие от опыта западных, вряд ли модно назвать стабильными и предсказуемыми. Отсутствие стабильных выплат дивидендов со стороны российских компании делает наш рынок более волатильным по сравнению с рынками других развивающихся стран.

Одной из проблем дивидендной политики в России в последние 20 лет являлось несовершенство законодательной базы в части регламента-

ции дивидендных выплат, что существенно снижало привлекательность инвестиционных вложений в акции. Однако мы можем с уверенностью констатировать тенденцию к совершенствованию нормативно-правовой базы в данном сегменте.

По нашему мнению, каждая отдельная компания вправе выбирать дивидендную политику в зависимости от особенностей своего развития, интересов ее владельцев и других факторов.

Список литературы:

1. Громова Е., Синельщикова Н. Особенности дивидендных выплат в российских компаниях // Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями. – 2014. - № 5
2. Ружанская Л., Лукьянов С. Особенности дивидендной политики российских компаний и интересов инвесторов // Вопросы экономики. – 2010. - № 3.
3. Труфанова В., Мельникова Л. Дивидендная политика предприятия // Современные наукоёмкие технологии. – 2014. - № 71.

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ И БАНКОМАТНОЙ СЕТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Корлякова О.В., магистрант,
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
Научный руководитель: Марамыгин М.С., д.э.н., профессор
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
г. Екатеринбург

В статье рассматриваются потенциальные возможности модернизации функционального назначения банкоматов и направлений использования пластиковых карт

Ключевые слова: *налично-денежное обращение, банкомат, пластиковые карты, социальная карта*

Наличное денежное обращение в России является важной составной частью не только системы денежного обращения, финансовой системы, но и экономической системы в целом. Именно денежная масса оказывает влияние на экономический рост, динамику цен, бесперебойное функционирование платежной системы, а банкоматы – являются тем связующим звеном, которое обеспечивает трансформацию денежных средств в наличную форму. Появление и развитие новых технологий в банковском бизнесе неизменно влечет за собой изменения в бизнес-процессах всех направлений деятельности, в том числе организации функционирования банкоматной сети [1].

За время своего развития банкоматы совершенствовались и выполняли всё больший арсенал операций: минимальные функции по выдаче налич-

ных средств, по оплате услуг, по высвобождению трудовых ресурсов выполнены, поэтому в дальнейшем необходимо развивать систему с точки зрения интеллектуальной насыщенности.

Говорить о перспективах развития банкоматной сети можно, опираясь на примеры передовых в этом вопросе западных стран: так, посредством банкомата можно осуществить и передачу данных, и обслуживание в магазинах или в аптеках. Например, банкоматы заменяют собой не только сотрудника банка, но и кассира магазина: установленные вместо касс, они позволяют покупателям самостоятельно рассчитаться за покупки. Будущее – за такими устройствами.

Главный двигатель дальнейшего развития банкоматной сети – объединение всех устройств в единую сеть. Разработка единого программного обеспечения для всех типов банкоматов – одна из ключевых решаемых проблем специалистами ИТ на текущем этапе. Подобная разработка станет основой для дальнейшей интеграции банкоматов в единое информационное поле, что способствует не только снижению себестоимости операций кредитных организаций, но и предоставлению высочайшего сервиса и практически безграничных возможностей использования денег для клиентов [3].

К чему же может привести единая информационная сеть? Во-первых, к внедрению разработки в социальную сферу – в здравоохранение: если банкомат включен в единую информационную систему, то потребитель, имея универсальную карточку, может получить доступ ко всей своей информации в больницах и аптеках. Несмотря на то, что такое устройство – не банкомат в своем первичном виде, оно является платежным терминалом, подключенным в сеть и предоставляющим максимально возможный спектр услуг.

Во-вторых, сегодня существуют стационарные банкоматы, но нет мобильных. Есть прототипы – передвижные кассовые офисы, но они являются целенаправленно привозимыми устройствами для обслуживания определенной местности. В развитом же обществе, например, возможным становится мобильный банкомат – в салоне транспорта.

Соединение всех цифровых информационных устройств в единую информационную систему позволит не только осуществлять выдачу наличных и прием платежей, а пользоваться всеми возможными сервисами. Поэтому, вполне вероятно, как таковая функция выдачи наличных у банкоматов упадет, или, как минимум, сведется к незначительной доле. Это и проблема, и перспектива развития банкоматов.

В настоящее время на всех уровнях власти проводится большая работа, связанная с реализацией проекта по замене натуральных льгот денежными компенсациями и адресным предоставлением социального пакета [2]. Социальная карта – это комплекс организационно-технологических решений для построения гибкой автоматизированной системы осуществления эффективной социальной поддержки населения, который позволяет решать различные задачи в определенных сферах жизнедеятельности населения:

- в системе доставки денежных социальных выплат – удобный и наиболее дешевый способ обслуживания населения;
- в системе здравоохранения – автоматизированный учет фактического отпуска льготных лекарств в аптеке;
- в системе пассажирских перевозок – полный учет проезда льготных категорий граждан в пассажирском общественном транспорте и своевременное возмещение по факту транспортным предприятиям из соответствующих бюджетов;
- в системе жилищно-коммунального хозяйства – персонализированный учет и адресное предоставление компенсационных средств льгот и субсидий по оплате ЖКХ [2].

И в банкоматной сфере, и в области использования пластиковых карт ключевым направлением является объединение в глобальные интегрированные сети для предоставления максимально возможного спектра услуг потребителям с использованием минимальных технических средств. Соединение единым информационным полем максимального количества автоматических терминалов (не только банкоматов, но и других сервисов) – потенциальная ступень развития.

Список литературы:

1. Деньги. Кредит. Банки [Текст]: учебник / А. Ю. Казак [и др.]; под ред. А. Ю. Казака, М. С. Марамыгина. - М.: Экономистъ, 2007. – 655 с.
2. Платежные карты: Бизнес-энциклопедия [Текст] : проект / под ред. Бабаевой А. – М., 2008. – 801 с.
3. Rbcard: Пластиковые карты, финансы, технологии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rbcard.com/>.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ ПУТЕМ ПОСТРОЕНИЯ РЕСУРСНОГО ДЕРЕВА

Лобанова Е. В., магистрант
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
г. Екатеринбург

В данной статье исследуются причины лидерства тех или иных страховых компаний. Автор видит источники роста для компаний не в инвестиционной привлекательности отрасли, а во внутрифирменных ресурсах, которые являются основой для устойчивых конкурентных преимуществ. Для идентификации и анализа ресурсов используется метод построения ресурсного дерева. Работа имеет прикладной характер, поскольку исследует практику создания конкурентных преимуществ на примере страховой компании.

Ключевые слова: *страхование, конкурентные преимущества, ресурсное дерево, ресурсная концепция, страховая услуга, страховой рынок.*

В процессе развития и трансформации российской экономики мы наблюдаем возрастание степени неопределенности во внешней среде, увеличение числа рисков. В связи этим как у населения, так и у бизнеса возникает потребность в инструментах управления рисками, связанных с сохранением достигнутого уровня благосостояния. Одним из таких инструментов является страхование.

Востребованность страховых услуг на рынке доказывает динамика роста сборов платежей. В период с 2005 по 2015 гг. кардинально изменилась масштабность страховой деятельности: объем страховых премий увеличился в 3 раза [6].

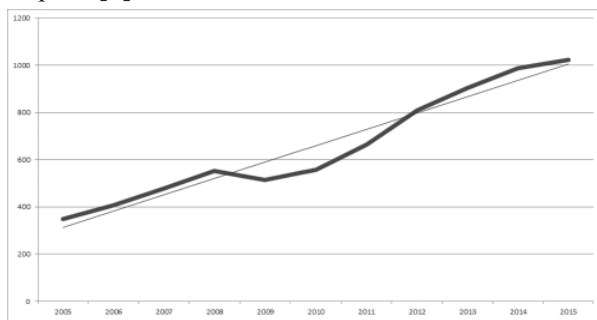


Рисунок №1. Динамика объема страховых платежей в России с 2005 по 2015 гг. (в млрд. рублей)

Несмотря на отдельные периоды спада в страховой отрасли различна общая тенденция наращивания и укрепления страхового бизнеса. Масштабность развития отрасли создает благоприятные условия для работы участников рынка, при этом для многих остается открытым вопрос, почему лидируют те или иные компании, при практически равных финансовых и материальных возможностях [1. С.45].

Говоря о равенстве финансовых возможностей для всех участников рынка, имеется ввиду тот факт, что для осуществления страховой деятельности необходимы серьезные капиталовложения. Согласно Закону РФ «Об организации страхового дела в РФ» уставный капитал для универсальных страховых компаний должен быть равен 120 млн. рублей, страховщиков жизни - 240 млн. рублей, перестраховщиков - 480 млн. рублей. [3] Следовательно, можно предположить, что гарантией стратегического успеха фирмы являются не традиционные ресурсы, а интеллектуальные.

Целью данного исследования является выявление набора ресурсов, которые позволят страховой организации увеличить свою ценность в долгосрочной перспективе.

Актуальность исследования обуславливается нуждами рынка. Согласно аналитическим данным ведущей мировой консалтинговой фирмой в сфере

стратегического консалтинга Oliver Wyman одной из проблем российского страхового бизнеса является ориентация развития в краткосрочном периоде. Именно поэтому в большинстве компаний реализуются методы работы, рассчитанные на демонстрацию результатов в ближайшее время работы, а именно: сокращения затрат без внедрения изменений на фундаментальные операционные усовершенствования, ценовые методы конкурентной борьбы без переоценки стратегических планов [2].

Для смены парадигм необходимо изучить компанию изнутри, оценить ее ресурсы, которые лягут в основу конкретных преимуществ, что позволит компаниям выйти из замкнутого круга оптимизации издержек и занижения тарифов.

Методика исследования – построение ресурсного дерева, разработанного Руусом Й., Пайк С., Фернстррем Л. Данный метод выбран, поскольку обладает рядом преимуществ, которые позволят наиболее полно идентифицировать и оценить, какие ресурсы необходимы для создания ценности, а также выбрать, какие из них являются приоритетными.

Ресурсный портфель организации, разработанный Руусом Й., Пайк С., Фернстррем Л., может быть разделен на пять категорий. Традиционные экономические ресурсы подразделяются на две категории: денежные и материальные, а интеллектуальные ресурсы — на три: отношенческие, организационные и человеческие. Такое разделение определяется тем, что каждая группа ресурсов имеет отличные от других характеристики, важные с точки зрения управления. [7 С.75]

Существуют четыре критерия для идентификации ресурса на каждом уровне декомпозиции. Он должен быть различимым, полным, независимым, адекватным. [7 С.76]

В данном случае ресурсное дерево мы будем составлять на примере страховой компании ПАО СК «Росгосстрах», филиал в Свердловской области.

На территории Свердловской области работает филиал ПАО СК «Росгосстрах», который включает 76 агентств и страховых отделов, а также 3 центра и 11 пунктов урегулирования убытков. Представительство в Свердловской области входит в филиальную сеть компании, которая распространена на 83 субъекта Российской Федерации.

Сегодня под брендом РОСГОССТРАХ действуют компании: ПАО «СК Росгосстрах», ОАО «Росгосстрах Жизнь», ООО «РГС-Медицина» (ОМС), ПАО «Росгосстрах Банк». Клиентская база компании насчитывает 43 млн. частных клиентов (физических лиц, с ОМС) и 240 тыс. корпоративных клиентов (юридических лиц). На территории Российской Федерации действуют более 4000 офисов и представительств РОСГОССТРАХ. Система РОСГОССТРАХ является одним из крупнейших российских работодателей – в ней работает более 100 тыс. человек, включая около 60 тыс. агентов.

Собственный капитал ГК Росгосстрах составляет 20,4 млрд. рублей. Уставной капитал ПАО СК «Росгосстрах» - 8,1 млрд. рублей, страховые ре-

зервы компании - 68,4 млрд. рублей, страховые активы (валюта баланса) - 114,4 млрд. рублей.

Основными уставными видами деятельности ПАО СК «Росгосстрах» является страхование и перестрахование. Страховую деятельность компания осуществляет на основе лицензий, выданных Центральным Банком Российской Федерации.

РОСГОССТРАХ занимает 85 место в списке 400 крупнейших предприятий страны. В 2015 году рейтинговое агентство «Эксперт РА» в очередной раз подтвердило рейтинг надежности ГК Росгосстрах на уровне А++ «Исключительно высокий уровень надежности»

Стратегическая цель компании – сделать из Росгосстраха в течение 10-15 ближайших лет компанию, которая из года в год будет:

- эталоном надежности и качества обслуживания для клиентов в финансовой отрасли;
- эталоном качества работы сотрудников и качества управления людьми и процессами;
- эталоном работодателя для сотрудников в финансовой отрасли.[4]

Из содержания стратегической цели компании видно, что менеджмент и акционеры страховой организации делают ставку на собственный интеллектуальный капитал. Все филиалы работают в общей парадигме стратегических задач, миссии компании, ее ценностей, поэтому мы будем применять их контент при анализе ресурсов свердловского филиала. В связи с этим в дальнейшем анализе ресурсного дерева мы более подробно изучим интеллектуальные ресурсы.

Для предметного рассуждения необходимо дать определения интеллектуальных ресурсов.

Отношенческие ресурсы охватывают все те отношения, которые существуют у организации с организациями и лицами вне ее самой и влияют на способность организации создавать ценность. [7 С.78]

Организационные ресурсы, согласно Лейфу Эдвинссону, это «те ресурсы, которые остаются в организации, когда работники покинули здание, но которые вы не можете обнаружить в балансовом отчете». [8.С 24] Иначе говоря, это разработанные структуры, системы и другие инструменты, которые организация использует в работе.

Человеческие ресурсы имеют отношение ко всем ресурсам, воплощенным в конкретных людях, работающих в организации или связанных с ней таким образом, что организация получает возможность использовать эти ресурсы [7 С.80].

Для определения элементов третьего и четвертого уровня отношенческих, организационных и человеческих ресурсов, а также их анализа был применен метод экспертных оценок. В экспертный совет вошли руководители и специалисты ключевых подразделений филиала.

Экспертами предложили независимо друг от друга составить карту ресурсов для страховой компании, а затем оценить влияние каждого ресурса на создание конкурентных преимуществ организации. Затем были обработаны и дополнены полученные от интервьюеров СВЕДЕНИЯ, результатом проделанной работы стала классификация интеллектуальных ресурсов филиала ПАО «Росгосстрах» в Свердловской области.

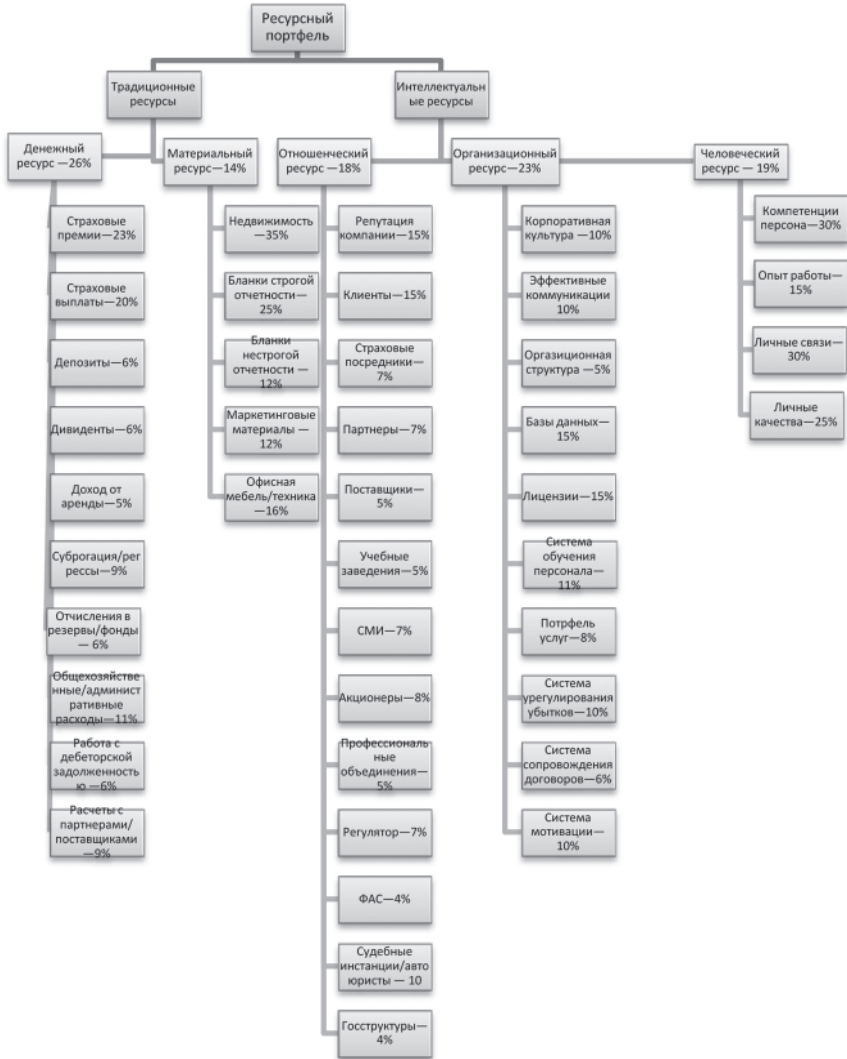


Рисунок № 2. Определение ресурсного портфеля и оценка влияния разных ресурсов на создание конкурентных преимуществ

При оценке важности ресурсов мы использовали следующий метод: распределили 100 очков между пятью категориями ресурсов – денежными, материальными, отношенческими, организационными и человеческими. На каждом последующем уровне распределяются по 100 очков между непосредственными подкатегориями денежных, материальных, отношенческих, организационных, человеческих ресурсов, соответственно [7 С. 84].

Далее необходимо определить те ресурсы, которые могут служить основой для конкурентного преимущества. Для этого необходимо охарактеризовать качество наиболее «весомых» ресурсов, в какой степени они обладают ценностью (с точки зрения в преодолении угроз или реализации возможностей внешней среды), долговечный (частое использование), редкий, не подвержен имитации, не подвержен замещению [7. С. 88-101]

Таблица № 1. Характеристика пяти требований ресурсов

Ресурс	Ценность	Долговечность	Редкость	Невозможность имитации	Невозможность замещения	Конкурентные последствия	Примечание
Страховые премии	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет конкурентных последствий	Гонка за ростом страховых компаний может иметь негативные последствия в доходности [2]
Страховые выплаты	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет конкурентных последствий	Процент убыточности страховых компаний колеблется в диапазоне 45 - 60% [6]
Суброгация/ регрессы	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет конкурентных последствий	Работа с регрессами является обычной практикой страховых компаний
Недвижимость	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	Широкая филиальная сеть, повторение которой требует больших инвестиционных вложений

Бланки строгой отчетности	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет конкурентных последствий	Имеются у всех страховых компаний
Офисная мебель/ техника	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет конкурентных последствий	Имеются у всех страховых компаний
Репутация компании	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	Опыт работы на рынке, высокая степень финансовой надежности стабильности, подтвержденная рейтинговыми агентствами [5]
Клиенты	Да	Нет/ Да	Да	Да	Нет	Временное конкурентное преимущество	Клиенты по-прежнему выбирают цену, в ущерб качеству [2]
Страховые посредники	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Временное конкурентное преимущество	Критерий оценки удовлетворенности от сотрудничества посредников – размер комиссионного вознаграждения
Партнеры	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Временное конкурентное преимущество	Партнеры в банковском секторе создают собственные страховые компании, образуя тем самым финансовые супермаркеты
СМИ	Да	Нет	Да	Да	Да	Конкурентный недостаток	Проведение пресс-завтраков, брифингов с первыми лицами компании на актуальные темы страхования позволят сделать компанию более открытой для общест-венности

Регулятор рынка	Да	Нет	Да	Да	Да	Конкурентный недостаток	Улучшение качества сервиса при продажах ОСАГО в офисах компании, что позволит сократить число жалоб от населения от действия РГС
ФАС	Да	Нет	Да	Да	Да	Конкурентный недостаток	Улучшение качества сервиса при продажах ОСАГО в офисах компании, что позволит сократить число жалоб от населения от действия РГС
Судебные инстанции/ автоюристы	Да	Нет	Да	Да	Да	Конкурентный недостаток	Необходима работа службы безопасности по выявлению недобросовестных юридических организаций
Корпоративная культура	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентный недостаток	Главные критерии корпоративной культуры соблюдаются на всех уровнях власти
Система мотивации	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	Дифференцированная система мотивации, внедрение современных методов оценки персонала позволяет оценивать вклад каждого сотрудника в общее дело, а также соотносить выполненную работу и материальное вознаграждение
Компетенции персонала	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	Участие в еженедельных тренингах, пост-тренингах, круглых столах, виртуальных классах позволяют постоянно совершенствовать имеющиеся компетенции
Опыт работы	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	За 95 лет существования РГС уже появились страховые династии преданные компании

Личные качества	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	Компания уделяет большое внимание личным качествам сотрудников при приеме на работу, а также проводит тренинги для развития лидерства, командообразования
Личные связи	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	На работу принимаются в качестве экспертов известные в своей профессии специалисты
Эффективные коммуникации	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	Прозрачная система организационной структуры, обеспечивает доступность каждого сотрудника и оперативность ответов на запросы
Базы данных	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	Главный принцип сохранения конкурентного преимущества – валидность баз данных
Лицензии	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет конкурентных последствий	Имеются у всех страховых компаний
Система обучения персонала	Да	Да	Да	Да	Да	Конкурентное преимущество	РГС является кузницей кадров для других страховщиков, поскольку имеет современную систему обучения персонала, а также традицию наставничества
Система урегулирования убытков	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Конкурентный недостаток	Необходима дополнительная работа над сервисом в части урегулирования убытков, в частности разъяснительная работа с клиентами, которым отказали в выплате или уменьшили ее размер

Из проведенного анализа видно, что, несмотря на то, что страховая компания является финансовым учреждением, денежные и материальные ресурсы не входят в основу конкурентного преимущества. Для страхового бизнеса наиболее важны развитие отношенческого, организационного и человеческого капитала.

Однако некоторые ресурсы имеют большие веса, но не обладают желательными конкурентными последствиями. Исходя из этого, необходимо провести ряд мероприятий направленных на исправления сложившейся ситуации.

Сегодняшнее время требует новых подходов к решению вопросов конкурентной борьбы. Пройдя период реализации краткосрочных тактических действий, нацеленных на оптимизацию расходов путем сокращения затрат и на рост взносов с помощью ценовой конкуренции, компании должны переориентироваться на создание устойчивых конкурентных преимуществ, связанных с качеством обслуживания, доступностью страховой услуги и высоким уровнем финансовой ответственности перед страхователями.

Список литературы:

1. Катькало В.С. Эволюция теории стратегического управления/ Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 3 изд. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом СПб. гос. ун-та. 2011. – 548 с.
2. Официальный сайт Всероссийского союза страховщиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ins-union.ru/assets/files/20121022%20RIMS%20whitepaper%20vsent.pdf>
3. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_1307/
4. Официальный сайт ПАО СК Росгосстрах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rgs.ru/about/information/index.wbp>
5. Официальный сайт Рейтингового агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://raexpert.ru/ratings/insurance/> http://raexpert.ru/ratings/insurance/?scale_type_id=1&sort=name&type=asc
6. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cbr.ru/finmarkets/?PrtlId=sv_insuranc
7. Руусом Й., Пайк С., Фернстррем Л. Интеллектуальный капитал. Практика управления/ Изд-во « Высшая школа менеджмента». 2010. – 436 с.
8. Тарабрин М.Б., Тарабрин К.М. Анализ понятия интеллектуального капитала и обоснование его ведущей роли в составе факторов конкурентоспособности современной компании. // Страховое дело, № 24, май, 2014, с. 20-24.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ МИНИ-ОТЕЛЕЙ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ

Мамаева А.Е., магистрант направления подготовки
«Менеджмент в туристическом и гостиничном бизнесе»
ФГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
г. Екатеринбург

В статье рассматриваются особенности мини-отелей как сегмента гостиничной сферы, а также приведен ряд факторов, препятствующих более интенсивному развитию сферы.

Ключевые слова: *гостиничный бизнес, мини-отели, развитие гостиничной сферы, проблемы в развитии мини-отелей.*

В современном мире благодаря процессу глобализации одной из самых быстро развивающихся сфер мировой экономики стала сфера гостеприимства. В связи с постоянно повышающимся спросом на гостиничные услуги и различия в потребностях и предпочтениях туристов развитие получили как давно существующие виды предприятий размещения (отели, гостиницы, гостинные дворы), так и концептуально новые виды (мини-отели, хостелы).

В России мини-отели можно рассматривать как средства коллективного размещения, имеющие в своем номерном фонде от 10 до 30 комнат, предназначенных для проживания. Используя классификацию гостиниц по системе ассоциации британских турагентств (British Travel Authority – BTA), мини-отели как правило можно отнести к классу бюджетных гостиниц или гостиниц туристического класса [1, С. 22]. Отличительной чертой таких предприятий размещения является относительно низкая стоимость проживания, обусловленная отсутствием дополнительных сервисов и услуг, таких как СПА-зона и конференц-зал, а в некоторых случаях и собственного комбината питания (ресторан, бар). Высокая популярность мини-гостиниц среди туристов кроме привлекательной цены обусловлена еще и уютной обстановкой, создаваемой владельцами.

Несмотря на стремительное развитие сферы, существует ряд факторов, препятствующих росту финансовой эффективности действующих на рынке мини-отелей и появлению новых. Эти факторы условно можно разделить на конкурентные, законодательно-юридические, экономические и жилищные.

1. Конкурентный фактор

По данным исследования, проведенного в конце 2015 года, Екатеринбург занимает 3 место по насыщенности рынка гостиничных услуг после Москвы (1 место) и Санкт-Петербурга (2 место). На рынке уральской столицы представлено 88 крупных отелей и гостиниц, в

том числе принадлежащих к международным сетям. [2, С. 18]. Что касается малого гостиничного бизнеса, на данный момент в Екатеринбурге действует более 100 мини-отелей и хостелов. По статистике более 50% новых малых предприятий размещения не выдерживают конкуренции в сфере и уходят с рынка в течение первых 2-х лет с момента открытия.

2. Законодательно-юридический фактор

Действующее гостиничное законодательство РФ практически не учитывает специфику малых предприятий размещения, применяя к ним те же требования, что и к большим гостиницам и отелям [4, С. 1295]. Также большинство санитарных и пожарных норм, ГОСТов и СНиПов содержат устаревшие требования, как к жилым помещениям, так и к гостиничным предприятиям, что приводит к определенным проблемам: сложности при получении разрешения на перепланировку, открытие собственного комбината питания и т.д. [3, С. 69]. В связи с перечисленными проблемами в законодательстве около 40% предприятий размещения вынуждено вести деятельность нелегально.

3. Экономический фактор

Современное нестабильное состояние мировой экономики привело к снижению покупательской способности населения и, как следствие, снижению туристских потоков, что негативно влияет на развитие сферы гостеприимства [4, С. 1295]. Также стоит отметить, что сложившаяся экономическая обстановка зачастую делает проблемным или даже невозможным инвестирование в гостиничное предприятие (обновление основных фондов, перепланировка и т.д.).

4. Жилищный фактор

Чаще всего малые гостиницы располагаются в выкупленных, а затем перестроенных старых домах. Процесс перевода в нежилой фонд требует значительных затрат, а процедура оформления порой занимает более года. Также владельцы гостиничных предприятий сталкиваются с высокими налогами на имущество и на земельные участки, что вдвое увеличивает эксплуатационные затраты бизнеса [3, С. 69].

Уральский рынок малых гостиничных предприятий насыщен по сравнению с другими регионами, но, сталкиваясь с определенными проблемами, развивается не достаточно быстро. Для более интенсивного развития сферы необходимо пересмотреть действующее гостиничное законодательство и обеспечить владельцев малых гостиничных предприятий государственной поддержкой, помогая преодолеть последствия сложной экономической ситуации.

Список литературы

1. Иванов В.В., Волов А.Б. Гостиничный менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2007. – 384 С.
2. Семеркова Л.Н., Белякова В.А., Шерстобитова Т.И., Латынова С.В. Технологии и организация гостиничных услуг. М.: ИНФРА-М, 2016. – 320 С.
3. Бударь С.Ю. Проблемы управления мини-гостиницами в курортном городе// Управление и экономика в XXI веке. – 2015 – №2 – С. 66-70.
4. Погодина А.С. Оптимизация стратегий развития малого гостиничного бизнеса в регионе// Вестник Башкирского университета. – 2010 – №4 – С. 1294-1297.

СУЩНОСТЬ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА И ЕГО ФУНКЦИИ

Мухлынина И.В., магистрант

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
г. Екатеринбург

В статье рассматриваются сущность и функции внутреннего аудита. Автор обращается к федеральному стандарту, специальной литературе. Рассмотрены работы ведущих экономистов. Приведены примеры основных недостатков в работе внутреннего аудита на Российских предприятиях. Сформулированы рекомендации, способствующие развитию внутреннего аудита в России.

Ключевые слова: *внутренний аудит, федеральный стандарт, определение, функции внутреннего аудита.*

В настоящее время в условиях быстрых изменений внешней среды, с развитием рыночной экономики для всех предприятий стоит вопрос об усовершенствовании своей деятельности. Актуальным решением этих вопросов является создание службы внутреннего аудита.

Особую значимость внутренний аудит приобретает в холдинговых структурах, объединяющих организации, финансово-хозяйственная деятельность которых зачастую имеет различные характеристики. Отличительными особенностями холдингов применительно к деятельности внутренних аудиторов являются:

- территориальная удаленность компаний, входящих в холдинг;
- сложно структурированная делегированность полномочий руководства от управляющей компании к членам холдинга;
- как правило, несколько режимов налогообложения, в том числе и в сочетании с «агрессивной» политикой налоговой оптимизации;
- организации, входящие в холдинг, обладают несколько разными производственными целями и задачами, что напрямую отражается на структуре бизнес-процессов [6, С. 43].

В российской федерации документом, регулирующим внутренний аудит, является Федеральное правило (стандарт) аудиторской деятельности ФПСАД №29 «Рассмотрение работы внутреннего аудита». Данный стандарт устанавливает в соответствии с международными стандартами аудита единые требования для внешних аудиторов при выполнении работы.

ФПСАД №29 дает определение внутреннего аудита, согласно которому внутренним аудитом является контрольная деятельность, осуществляемая внутри аудируемого лица его подразделением – службой внутреннего аудита [3].

Далее правило приводит общие функции службы внутреннего аудита, такие как: мониторинг эффективности процедур внутреннего контроля, исследование финансовой и управленческой информации, контроль экономности эффективности и результативности, включая нефинансовые средства контроля аудируемого лица, и др.

Данное определение на наш взгляд не раскрывает всю сущность внутреннего аудита, перечисленные в правиле функции внутреннего аудита не полностью отражают его деятельность.

Вопрос внутреннего аудита в России рассматривали многие отечественные экономисты: Б.Н. Соколов, А.Д. Шеремет, Т.М. Рогуленко, Г.М. Пупко, Л.И. Воронина, Т.М. Конопляник, И.В. Федоренко, Г.И. Золотарева, В.И. Подольский и др.

Каждый из авторов раскрывает сущность и функции аудита. Так, например, автор Шеремет А.Д. дает следующее определение: внутренний аудит – организованная на экономическом субъекте, в интересах его собственников, и регламентированная его внутренними документами система контроля над соблюдением установленного порядка ведения бухгалтерского учета и надежности функционирования системы внутреннего контроля [7, С 40].

Рогуленко Т.М. считает, что внутренний аудит – это один из эффективных способов контроля за эффективностью деятельности хозяйственных подразделений экономического субъекта. В ходе внутренних проверок, по ее мнению, выявляются конкретные причины допущенных отклонений от нормативных показателей и требований действующего законодательства [1, С. 73].

Автор Федоренко И.В. предлагает рассматривать внутренний аудит как способ контроля за деятельностью менеджеров со стороны собственников (акционеров), в этом случае службу внутреннего аудита целесообразно вывести из подчинения менеджмента организации и сделать подотчетной непосредственно высшему органу управления [5, С 12].

Однако наиболее полное определение внутреннего аудита, на наш взгляд дает институт внутренних аудиторов США: внутренний аудит есть независимая деятельность в организации (на предприятии) по про-

верке и оценке ее работы в ее интересах. Внутренние аудиторы представляют своей организации (предприятию) данные анализа и оценки, рекомендации и другую необходимую информацию, являющуюся результатом проверок [4, С 6].

В своих работах авторы приводят различные функции внутреннего аудита, такие как:

- проверки систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, их мониторинг и разработку рекомендаций по улучшению этих систем;
- проверки бухгалтерской и оперативной информации, включая экспертизу средств и способов, используемых для идентификации, оценки, классификации такой информации и составления на ее основе отчетности, а также специальное изучение отдельных статей отчетности, включая детальные проверки операций, остатков по бухгалтерским счетам;
- проверки соблюдения законов и других нормативных актов, а также требований учетной политики, инструкций, решений и указаний руководства и (или) собственников;
- проверки деятельности различных звеньев управления;
- оценка эффективности механизма внутреннего контроля, изучение и оценка контрольных процедур в филиалах, структурных подразделениях, экономического субъекта;
- проверка наличия, состояния и обеспечения сохранности имущества экономического субъекта;
- работа над специальными проектами и контроль за отдельными элементами структуры внутреннего контроля;
- специальные расследования отдельных случаев, например, подозрений в злоупотреблениях;
- разработка и представление предложений по устранению выявленных недостатков и рекомендаций по повышению эффективности управления [2, С 73].

Внутренний аудитор также может предоставлять самые различные справки администрации предприятия по учету и экономической деятельности предприятия, ведать всеми вопросами фискального характера. Он так же может присутствовать на собраниях и совещаниях высших и оперативно-исполнительных управленческих органов своего предприятия, давать руководству консультации по выполнению эффективности производственно-финансовой деятельности и ее перспективам [1, С 74].

Но как показывают результаты научных исследований на предприятиях выявлены серьезные недостатки в работе внутреннего аудита:

- не соблюдается принцип независимости, так как аудиторов подчинен главному бухгалтеру,
- внутренний аудит носит эпизодический характер;

- основная цель проверки – ревизия сохранности имущества и денежных средств подразделения;
- нет связи внутреннего и внешнего аудита, внешний аудит не использует результаты внутреннего;
- внутренний аудит не несет персональной ответственности за результаты внешней аудиторской проверки [1, С 76].

В целях развития внутреннего аудита федеральным законодательством целесообразно разработать и рекомендовать к внедрению в производство отраслевые нормативные положения и организационные регламенты внутреннего аудита, стандарты, нормы, руководства для деятельности внутренних аудиторов. Создание профессиональных отраслевых центров внутренних аудиторов на принципах самоорганизации так же будет способствовать развитию внутреннего аудита.

Список литературы:

1. Аудит: учебник для бакалавров/ Т.М. Рогоуленко (и др.) под ред. Т.М. Рогоуленко. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 541с.
2. Основы аудита: учебное пособие / Т.М. Конопляник, Н.А. Мухарева. – М.: Кнорус, 2012. – 320с.
3. Правило (стандарт) №29 «Рассмотрение работы внутреннего аудита» (Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 №696 (ред. от 22.12.2011) «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности».
4. Робертсон Д.К. Аудит / Д.К. Робертсон. – М.: Контакт, 1993. – 502с.
5. Федоренко И.В., Золоторева Г.И. Аудит: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 272с.
6. Хорохордин Д.Н. Некоторые аспекты организации внутреннего аудита холдингов и сложно структурированных экономических субъектов//Аудитор. – 2014 - №11 – С. 43-47.
7. Шеремет А.Д., Суйц В.П. Аудит: учебник – 5 изд., перераб. и доп. – М.: Инфра – М, 2008. – 448с.

КАЧЕСТВЕННЫЙ СЕРВИС – НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Раджабова Р.Р., магистрант направления подготовки
«Менеджмент в туристическом и гостиничном бизнесе»
ФГОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
г. Екатеринбург

В статье рассматриваются проблемы качества обслуживания, а так же приведены возможные решения для формирования лояльности покупателей.

Ключевые слова: гостиницы, качество, обслуживание, клиенты, лояльность.

На сегодняшний день индустрия гостеприимства широко развита и, безусловно, существует конкуренция между отелями, когда есть огромный выбор гостиниц и идентичное предоставление услуг, появляется необходимость в повышении качества обслуживания.

Единственное различие между товарами и услугами, которое способен увидеть клиент, – различие в качестве обслуживания. Но именно это различие создает у клиента позитивный настрой и расположенность к компании, ее товарам или услугам [1].

Процесс обеспечения качества рассматривается сегодня как проблема глобального характера.

В современном понимании качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя [2].

Клиент не захочет возвращаться в организацию, которая закрыта для общения, ему важно знать, что сотрудники компании выслушают его, поймут проблему и смогут помочь с решением определенной задачи.

Самой большой ошибкой в обслуживании является равнодушие или малодушие со стороны персонала, поэтому можно сказать, что между качеством и успешной реализацией гостиничных услуг существует прямо пропорциональная зависимость и ухудшение качества приводит к потере клиента.

«Исследования доказывают, что отели могут терять до 12 % годового дохода из-за того, что недовольные клиенты предпочитают другие отели», – говорит Уильям Шихан, бывший президент и CEO Omni Hotels [1].

Удерживать старого клиента для гостиницы выгоднее, чем привлечь нового.

Для потребителя качество есть субъективная оценка представленных ему услуг.

Если гость может согласиться проживать в беззвездном отеле или в двухзвездной гостинице, то можно сказать, что он не станет оценивать качество обслуживания по стандартам пятизвездочных отелей. Психологически потребитель будет готов к некому дискомфорту, понимая, что он платит за дешевое жилье определенной комфортности. Но менеджмент гостиницы, оценивая качество работы своего персонала, не может опираться на субъективные критерии, и поэтому для определения качества существуют определенные стандарты [3].

Стоит заметить, что многие отельеры ошибочно считают, что достаточно уделить внимание отелю в материальном плане уровня сервиса, т.е. они вкладывают значительные средства в эксклюзивный декор, в дизайнерскую мебель, в дорогостоящие отделочные материалы.

Все это, по их мнению, и есть качественный сервис, но мы должны всегда понимать, что качественный сервис – это, прежде всего отношения между сотрудниками и клиентами, это концентрация всех ресурсов и всего персонала компании на удовлетворении клиентов.

Для того чтобы повысить качество обслуживания и лояльность клиентов, следует быть клиентоориентированными, заботиться о своих гостях, предлагать различные акции, спецпредложения, проводить опросы, различные исследования о степени удовлетворенности обслуживания. Знать чего хочет клиент, и давать ему это, ведь он может стать постоянным покупателем, благодаря таким гостям, происходят сокращения расходов на маркетинг, и при условии удовлетворенности потребителя возможна бесплатная реклама гостиничного предприятия.

Список литературы:

1. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество/; Пер. с англ.-4-е изд., перераб. и доп.-М.: Альпина Паблишер, 2012. – 340с.
2. Круль Г. Я. Основы гостиничного дела. Учеб. пособие. - К.: Центр учебной литературы, 2011. – 368 с.
3. Семеркова Л.Н., Белякова В.А., Шерстобитова Т.И., Латынова С.В. Технология и организация гостиничных услуг: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 320 с.

РОЛЬ И ФУНКЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

ROLE AND FUNCTIONS OF STATE CORPORATIONS IN THE RUSSIAN ECONOMY

Чумаков И.И., магистрант направления подготовки
«Управление государственной и муниципальной собственностью»
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

Научный руководитель: Харчилава Х.П., к.э.н., доцент
кафедры «Корпоративное управление»
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

В статье рассматриваются государственные корпорации, с помощью которых в России осуществляется формирование и реализация технологических платформ в результате чего происходит усиление влияния потребностей бизнеса и общества на реализацию важнейших направлений научно-технологического развития, выявление новых научно-технологических возможностей модернизации существующих секторов.

The article examines state corporations in Russia the formation and implementation of technological platforms resulting in the increased influence of the needs of business and society for the realization of the major directions of scientific-technological development, identification of new scientific and technological possibilities of modernization of existing sectors.

Ключевые слова: Экономика, государственная корпорация, инновационная сфера, эффективности управления.

Keywords: Economy, state corporation, innovative area, management efficiency.

В Российской Федерации государство традиционно играет большую роль в экономике, выступая с одной стороны ее регулятором, а с другой одним из крупнейших участников. Для реализации функций государства в экономике создаются государственные корпорации, которые занимают особое место в составе государственных институтов, так как создаются для осуществления:

- стратегического управления активами;
- реализации инфраструктурных проектов;
- повышения эффективности управления активами в отрасли;
- консолидации активов.

Государственные корпорации создаются и функционируют в тех отраслях, где требуется поддержка или участие государства в развитии данной отрасли, за счет консолидации активов, осуществления регулирования и финансирования отрасли, а также при помощи государственных корпораций государство создает в экономике особый правовой режим участия в гражданско-правовых отношениях [1; С.453].

Роль государственной корпорации заключается в решении определенной системной государственной задачи, когда другие механизмы рынка не могут быть также эффективны.

Роль государственной корпорации в экономике изучается многими исследователями. Так, Смирнова О. С. роль государственной корпорации определяет, как обеспечение устойчивого развития национальных экономических систем, нивелируя так называемые «провалы» рынка и создавая необходимые условия для преодоления кризисных явлений. Созданные государством в инновационной, банковской и других сферах экономики, они не только способствуют экономическому развитию, но и вносят существенный вклад в решение большинства социальных вопросов[2; С. 23].

Замрыга Д.В. роль государственных корпораций видит в обеспечении равноправия участия государства в управлении хозяйственной деятельностью для оптимального управления включенным в экономический оборот государственным имуществом[3; С.15].

Таким образом, роль государственной корпорации можно определить, как – осуществление государственного управления приоритетными процессами и системами в экономике для формирования крупной экономической системы, оказывающей поддержку и развитие субъектов хозяйствования.

Для обеспечения максимальной эффективности и повышения конкурентоспособности в экономике Российской Федерации необходимо формирование высокоэффективных крупных компаний участников отечественной экономической системы через проведение системного организационного процесса – корпоратизации [5; С. 22].

Этот организационный механизм является направлением государственной экономической политики и проводится с учетом соблюдения всех прав собственности и инвестиционных и кредитных обязательств отечественных предприятий. Создание государственной корпорации позволяет гарантировать определенную защиту интересов, что является очень эффективным механизмом поддержки различных отраслей особенно в период экономического спада.

Важнейшим элементом деятельности государственной корпорации проявляется в функциях, которые она выполняет. Функции государственной корпорации формируются исходя из целей и задач при ее создании, соответственно каждая государственная корпорация обладает своими специфическими функциями в зависимости от ее роли.

Поэтому обобщим основные функции, которые выполняют государственные корпорации в институциональном аспекте. К функциям государственных корпораций относятся:

- осуществление реализации государственной политики;
- компенсация провалов рынка, содействие реформированию;
- формирование институтов развития в отрасли (сегменте);
- повышение эффективности и гибкости административной системы;
- аутсорсинг государственных задач;
- повышение конкурентоспособности и обеспечение национальной безопасности;
- реализация единой стратегии развития в определенной отрасли;
- модернизация экономики.

Одной из основных функций государственных корпораций является реализация государственной политики. Государственная корпорация создается в рамках определенной политики которую реализует государство.

Например, государственная корпорация «Ростех» участвует в реализации государственной политики по инновационному развитию экономики России, развивая промышленные технологии и создавая высокотехнологичную продукцию [6].

Важнейшей функцией государственных корпораций выступает модернизация экономики. Модернизация экономики характеризуется как

процесс формирования современной модели экономики на основе инновационных преобразований, ориентированный на качественные изменения в обществе, соответствующие новой системе интересов, ценностей и приоритетов [7; С.23-24].

Государственная корпорация осуществляет модернизацию экономики за счет создания единой системы подготовки инвестиционных решений по технологическому перевооружению и технологической модернизации организаций, входящих за счет проведения работы:

- по сбору, систематизации и анализу информации о технологическом перевооружении и технологической модернизации;
- подготовке предложений по решению вопросов технологической модернизации;
- подготовке нормативных и методических документов, регламентирующих принятие решений по вопросам технологической модернизации организаций корпорации;
- разработке процедуры принятия решений.

По сути государственные корпорации в сфере модернизации экономики осуществляют привлечение как финансовых ресурсов, так и профессиональных кадров, и инновационных проектов которые находятся на стадии идеи и требуют проработки и финансирования. Вкладывая государственные финансовые средства и привлекая ресурсы частных инвесторов госкорпорации помогают довести научные разработки ученых, имеющие потенциал коммерциализации, до стадии реально работающего бизнеса.

Таким образом, с помощью государственных корпораций в России осуществляется формирование и реализация технологических платформ в результате чего происходит усиление влияния потребностей бизнеса и общества на реализацию важнейших направлений научно-технологического развития, выявление новых научно-технологических возможностей модернизации существующих секторов и формирование новых секторов российской экономики и задаются приоритеты и направления совершенствования отраслевого регулирования для быстрого распространения перспективных технологий и модернизации технологий.

Список литературы:

1. Вызовы XXI века: государственное, муниципальное, корпоративное управление: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / Кубан. гос. ун-т, Фак. упр. и психологии. - Краснодар: Куб. гос. ун-т, 2015. - 453 с.
2. Смирнова О. С. Государственные корпорации как современный институт развития экономики России // Вестник ВолГУ. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2013. №11. – 23 с.
3. Замрыга Д. В. Цели создания государственных корпораций // Вестник ОмГУ. Серия. Право. 2009. №3. – 15 с.
4. Бондарь Т. В. Государственная корпорация как инструмент модернизации экономики // Известия ИГЭА. 2010. № 2.

5. Шилин, А. Н. Государственные корпорации в инновационной инфраструктуре России: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. Н. Шилин. - М., 2009. – 22 с.
6. Функции государственной корпорации «Ростех» http://rostec.ru/content/files/press-rel/Godovoy_otchet_2013.pdf
7. Макарова И. В. Потенциал модернизации машиностроительного комплекса региона: Монография/ Отв. ред. О. А. Романова. Екатеринбург, 2010. С. 23-24.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цыдыпова В.В., студент
Сибирский институт управления – филиал
ФГБОУ ВПО «Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»
г. Новосибирск

Развивающиеся страны экономики должны сфокусироваться на мерах по усилению конкурентоспособности, чтобы обеспечить эффективный рост и уверенное оздоровление экономики. Эти страны столкнулись с финансовыми трудностями, которые рассматриваются ростом экономики.

Важнейшей государственной задачей на сегодняшний день становится поиск стратегических направлений повышения конкурентоспособности национальной экономики. Эффективным инструментом развития территориальных экономических систем во многих странах считается кластерный подход, позволяющий достичь высокого уровня капитализации территории и конкурентоспособности экономических субъектов.

В России тема кластеров исследуется не так давно, однако применение кластерного подхода в управлении региональной и национальной экономикой уже предусмотрено в официальном документе «Концепция долгосрочного развития российской федерации до 2030 года».

Следует отметить, что конкурентоспособность национальной экономики во многом определяется конкурентоспособностью регионов, фирм, выпускаемой ими продукции. Конкурентоспособность предметов, объектов, субъектов – это универсальное понятие, связывающее между собой все уровни экономики и применяемое в качестве главного оценочного показателя эффективности субъектов хозяйствование рынка [1, С.5]. Однако в зависимости от сложившейся в конкретный момент времени социально-экономической ситуации тот или иной уровень исследования может становиться приоритетным.

На сегодняшний день преобладает точка зрения, согласно которой определить направления эффективного социально-экономического развития страны и ее регионов позволяет активное применение кластерного подхода в сочетании с методами оценки состава и содержания основных и специфических факторов развития регион[2 С. 80].

Для каждой территориальной экономической системы характерны свои особенности. Кластерная политика в высокотехнологичных отраслях промышленности и в сфере агропромышленного комплекса (АПК) в одном и том же регионе будет направлена на решение разных задач, в первом случае – экономических, во втором – социальных [3 С. 242].

Система инновационных АПК-кластеров как основа концентрации, интеграции и совместного использования комплекса имеющихся ресурсов для ускоренного развития АПК области. Каждый регион Российской Федерации характеризуется своим специфическим условием, поэтому кластерные программы развития АПК на разных территориях будут различаться[4, С. 15].

Кластерное развитие АПК соответствует новым принципам управления АПК в Республике Бурятия, предполагающим ориентацию на повышение уровня и качества жизни населения.

Обеспечение продовольственной безопасности региона, экологичности, инновационности, конкурентоспособности способствует устойчивому развитию сельских территорий.

Особенности Республики Бурятия таковы, что наиболее перспективными направлениями кластерного развития отдельных регионов Республика Бурятия являются мясо- и молочно-продуктовый кластеры. На первом этапе (2012–2017 гг.) региональным властям следует концентрировать внимание на создании мясо-продуктового кластера, так как республика в силу природно-климатических условий больше ориентирована на развитие мясного скотоводства, чем молочного. В дальнейшем до 2020 года этапе формирования кластера (2015-2020 года) планируется достичь 100% обеспеченности местным сырьем мясом и мясопродуктами по фактическому уровню потребления. На следующем этапе развития мясо продуктового кластера (2021-2025 года) – должна обеспечиваться продовольственная безопасность региона. Ключевой задачей третьего этапа (2026-2030 года) будет являться выход на рынки соседних регионов.

Представлена кластерное развитие субъектов Российской Федерации в АПК региона, будет способствовать получению синергетического эффекта, заключающегося в положительном воздействии кластера на состояние предпринимательской среды, следовательно, повышению конкурентоспособности экономики региона.

Список литературы:

1. Лукьянова З.А., Гоманова Т.К. Strategy of development of the credit market taking into account the requirements of the banking system – Глава 2. Стратегия развития кредитного рынка с учетом требований банковской системы Sustainable economic development of regions. Monograph, Volume, 4, 2014 (коллективная монография), С. 3-18.
2. Лукьянова З.А., Остапова В.В., Овчинникова Ю.А. Российский бизнес в период кризиса: проблемы и перспективы развития // В сборнике: Академическая наука – Проблемы и достижения. Материалы VI международной научно-практической конференции, н.и.ц. «Академический». North Charleston, SC, USA, 2015. С. 80
3. Лукьянова З.А., Терёшина К.Д., Шпилёва Ю.В. Влияние эндогенных и экзогенных факторов на инвестиционную привлекательность регионов// Фундаментальная наука и технологии – перспективные разработки. Материалы VII международной научно-практической конференции. - Т. 1. North Charleston, USA, 1-2 декабря, 2015. С. 240-244.
4. Лихутин П.Н. Особенности принятия инвестиционных решений на рынке коллективных инвестиций. Вестник НГУЭУ. – 2012. – №4. С. 15-17.

НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ДОСТИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ ГОСУДАРСТВА

NON-PROFIT ORGANIZATION AS A TOOL FOR ACHIEVE A SOCIALLY-ORIENTED MODEL

Толоконникова А.В., студент
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

В последние годы заметна тенденция к достижению Россией постепенными шагами определенного направления, которое высокоразвитыми социально-направленными странами было достигнуто еще около пятидесяти лет назад. Поэтому считается рациональным рассмотрение опыта Австралии, которая по праву считается одной из социально-ориентированных стран.

In recent years, in Russia there is a tendency to achieve the direction, which is highly developed countries was reached about fifty years ago. Therefore, consideration of the Australian experience is reasonable, because it is considered one of the socially oriented countries.

Ключевые слова: некоммерческая организация, гражданское общество, социально ориентированная модель.

Keywords: not for profit organization, civil society, socially oriented model.

Некоммерческие организации в России (далее НКО) и австралийские not-for-profit organizations (NFP) – это организации, не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли. Статус и возможные организационно-правовые формы НКО закреплены в Гражданском Кодексе Российской Федерации, а также в федеральном законе «О некоммерческих организациях». В России НКО подлежат регистрации в Министерстве юстиции или его территориальных органах, а также федеральная налоговая служба или ее территориальный орган вносит сведения о создании таковой организации в Единый государственный реестр юридических лиц. Что же касается австралийских NFP, то с 2012 г. существует независимый национальный регулятор – Комиссия по австралийским благотворительным и некоммерческим организациям (ACNC), при регистрации в которой NFP организация получает особый статус и имеет право воспользоваться предусмотренными налоговыми льготами. Стоит также отметить, что организации не обязаны проходить регистрацию, это лишь их право. ACNC аккумулирует всю получаемую отчетность от NFP организаций, публикует консолидированную информацию на сайте, что обеспечивает транспарентность данного сектора.

Стимулом к регистрации в ACNC для организаций являются налоговые льготы, которые организации могут получить в зависимости от организационно-правовой формы. Выделяются две формы: благотворительные и иные некоммерческие организации (более подробно данная система изображена на рисунке 1. Так, общественные благотворительные и здравоохранительные благотворительные организации имеют право освобождения от подоходного налога, General Services Tax – налога на товары (услуги), а также от Fringe benefits Tax – налога на дополнительные выплаты и льготы со стороны работодателя в интересах работника, а иные виды NFP организаций, занимающихся благотворительной деятельностью за исключением двух вышеупомянутых видов имеют право на освобождение от некоторых их вышеперечисленных налогов в зависимости от решения налогового органа Australian Taxation Office [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что очевидно NFP организации стремятся к получению вышеперечисленных льгот, к тому же это стимулирует их заниматься деятельностью, приносящей доход, и направляемый впоследствии ими на благотворительные цели, последнее подвержено прямому контролю со стороны ACNC. Следует упомянуть о том, что в России НКО уплачивают налоги также как и коммерческие организации, имеется лишь ряд налоговых льгот: налогом на прибыль не облагаются членские взносы учредителей, пожертвования, средства и иное имущество, которые получены на осуществление благотворительной деятельности; налогом на добавленную стоимость не облагаются операции по реализации, передаче, выполнению, оказанию для собственных нужд на территории России услуг в сфере образования, медицины, социаль-

ных услуг, предметов религиозного назначения, товаров (работ, услуг), производимых организациями инвалидов и т.п.; от налога на имущество освобождены религиозные объединения, общероссийские общественные организации инвалидов [1].

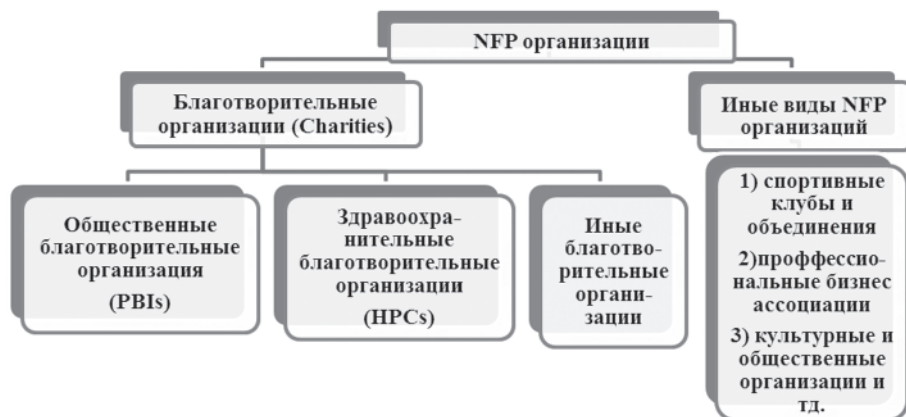


Рис. 1. Структура NFP организаций в Австралии [2]

Российские НКО менее заинтересованы в предпринимательской деятельности и более нацелены на эффективный фандрайзинг, средства государства и частных жертвователей. Данную ситуацию воочию можем рассмотреть в структуре источников финансирования некоммерческих организаций в России и Австралии, представленной на рисунке 2.

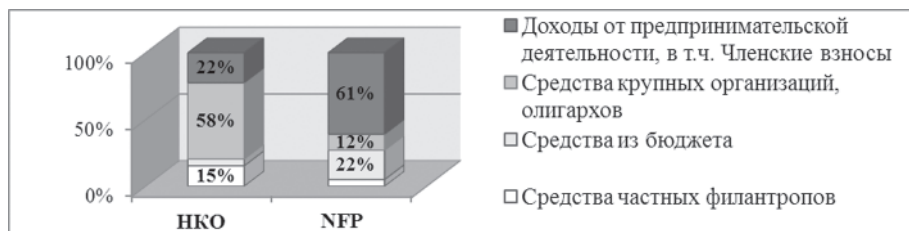


Рис.2. Структура источников финансирования некоммерческих организаций в России и Австралии на 2014 г. [4]

Более стабильное положение НКО в России могло бы быть обеспечено за счет собственных доходов от предпринимательской деятельности. Более того, в последнее время Правительство России возлагает надежды на субъекты Российской Федерации в части поддержки социально ориентированных НКО, так в 2015 году было разработано множество региональных программ их поддержки, включающие оказание имуще-

ственной поддержки путем передачи во владение и (или) пользование государственного имущества, оказание информационной, консультационной поддержки, а также поддержки в области переподготовки и повышение квалификации работников и добровольцев [3]. Такие меры могут оказать содействие социально ориентированным НКО при условии их эффективного использования управления, а также в долгосрочной перспективе могут привести к дополнительному росту ВВП и росту занятости населения. Так, например, в 2014 году доля доходов НКО в ВВП России по данным различных источников приближается к 1 %, что в денежном эквиваленте примерно равно 13 млрд. дол. Речь идет именно о социально ориентированных некоммерческих организациях, которых в России 113 тысяч на конец 2014 года и в которых занято 0,5% населения или чуть более 700 тысяч человек. Проводя аналогию с макроэкономическими показателями Австралии, можно говорить о доли доходов NFP организаций в ВВП Австралии равной 5,4%, что составляет примерно 58 млрд. дол. Количество зарегистрированных организаций при этом достигает чуть более 56 тысяч, в которых занято немного более одного миллиона жителей Австралии (4,7% населения).

Однако в качестве угрозы имиджу и потери репутации может рассматриваться присвоение статуса иностранного агента некоммерческим организациям с долей зарубежного финансирования и ведения реестра указанных лиц министерством юстиции Российской Федерации. Но при этом также стоит отметить, что планируется закрепление специального правового статуса «некоммерческая организация – исполнитель общественно полезных услуг» за НКО, на протяжении одного и более года оказывающими общественно полезные услуги надлежащего качества, не являющимися иностранными агентами и не имеющие задолженностей по налогам, сборам и иным обязательным платежам. Предполагается, что НКО-исполнители общественно полезных услуг будут пользоваться правом на приоритетное получение государственной поддержки, уже закрепленной в законодательстве. К примеру, социально ориентированные НКО имеют преимущества при участии в госзакупках. Перечень НКО-исполнителей общественно полезных услуг будет вести Министерство юстиции России. Планируется, что каждая НКО будет включаться в него на два года с возможным продлением.

Также, для достижения открытости и гласности деятельности НКО в России необходимо создать портал или провести корректировку существующего официального сайта Министерства юстиции, на котором бы освещалась вся необходимая доступная для каждого человека консолидированная информация по данному сектору. Следует также, отражать информацию о деятельности НКО на порталах Федеральной службы государственной статистики и Министерства экономического развития с интерактивными ссылками на данные других ведомств. Раскрытие ин-

формации о деятельности некоммерческих организаций позволит проводить более объективную оценку их функционирования и повысит доверие представителей гражданского общества о секторе в целом.

Таким образом, сегодня можно говорить о возрастающей роли гражданского общества и социально-ориентированных организаций, о которых упоминал Президент России В.В. Путин в своем послании Федеральному Собранию в декабре 2015 года, говоря об их эффективной и качественной работе, с искренней заботой о людях и меньшей степени бюрократизма.

Список литературы:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации ст. 146.2, ст.270, ст. 374
2. Официальный сайт австралийского Правительства <https://www.ato.gov.au/Non-profit>
3. Толоконникова А.В. Механизм финансирования реального сектора экономики. Польский опыт // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2015. – №1. – С. 49-51.
4. Исследования Фонда развития гражданского общества, 2014 г.

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ БАНКОВ И КРИЗИСНЫЕ ЯВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ (КРАТКИЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР)

Мартынова И.В., студент
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

Российская экономика пережила несколько структурных изменений за последние несколько лет, и банковская система в них играла ключевую роль. В статье рассматриваются основные модели развития банков на российском рынке и оценивается политика докапитализации.

Ключевые слова: банки, банковский кризис, процентные ставки, государственное регулирование

За последние несколько лет банковская система России претерпела серьезные изменения, как внешние, так и внутренние, структурные. На данный момент на российском рынке заметны 3 основные модели функционирования банковских институтов:

1. Конверсионная
2. Универсальная
3. Инновационная

Конверсионная модель развития относится к банкам-монолайнерам, у которых складывается своя, довольно большая база клиентов для ра-

боты. Банки-монолайнеры обычно работают с конкретным сегментом рынка, однако подобная практика, появившаяся еще в начале 2000-х гг. оказалась довольно неудачной. Ярким примером такого банка можно считать Home Credit Finance Bank, который долгое время относился к этой группе и специализировался на выдаче потребительских кредитов. В 2015 году НСФВ «обжегся» на этом кредитном конвейере, следствием чего стал убыток в 8,8 млрд. рублей. Сейчас банк старается отойти от конверсионной модели развития, уделить большее внимание развитию IT-систем-посредников и отойти от кредитования как от основного источника прибыли. «Русский стандарт» является еще одним примером банка-монолайнера, который одним из первых вышел на рынок розничного кредитования и у которого сейчас так же достаточно много проблем, особенно в категории просроченных кредитов.

Универсальные банки исторически специализируются на нескольких сегментах, тем самым стараясь оптимизировать свои риски. В данной группе банков существует проблема привлечения клиентов, так как единственный способ привлечения клиентов – соперничество с другими банками. Чаще всего конкуренция наблюдается в ставках по кредитам, так как в универсальных банках обычно меньше стоимость депозита, что позволяет им обеспечивать более выгодные ставки по кредитам. Благодаря разнообразию в услугах, банкам необходимо иметь сложную и устойчивую систему риск-менеджмента. Примерами таких банков на российском рынке могут быть Райффайзенбанк или Росбанк. Данные банки предлагают широкий спектр услуг своим клиентам: кредитование, сбережения, депозитарный сервис, инвестиционно-банковские и другие услуги. За 2015 год у данных банков тоже наблюдался спад, однако к 4-му кварталу 2015 года Росбанк и Райффайзенбанк снова вышли на прибыль.

Инновационная модель банкинга основана на постоянных экспериментах. Они растут и наращивают базу своих клиентов не так быстро, как универсальные банки или банки-монолайнеры, однако, тем не менее, являются довольно успешными, особенно в последнее время. Примером данной группы банков на российском рынке может послужить Тинькофф банк. Ключевые особенности данного банка – сильное IT-сопровождение и информационные системы, а так же минимальное количество офисов.

Каждая модель является достаточно успешной в своем сегменте при функционировании, однако как можно видеть за 2014-2015 гг. консервативная модель явно проигрывает универсальной и инновационной.

В конце 2014 экономика России претерпела значительные перемены, в связи с чем банковская система вступила в 2015 год с новыми проблемами:

- Просроченная задолженность банков увеличилась почти вдвое, с 4% до 7%, при этом просроченная задолженность по ипотеке выросла с 8% до 19%;

- Норматив достаточности капитала снизился, в среднем по банковской системе, с 14% до 12%, и хотя этот показатель превышает норматив ЦБ, установленный в 10%, наблюдается тенденция дальнейшего снижения;
- Чистая прибыль банков сократилась, как и само число прибыльных банков. В 2015 году прогнозируется снижение прибыльных банков с 700 до 550-600 [1].
- Прямые иностранные инвестиции в банковскую сферу сократились почти в 2,6 раза [2].

Даже выделенные проблемы, уже сложившиеся в банковской системе, требуют быстрой реакции правительства, Банка России и совершенно не дают оснований для положительных прогнозов.

Одной из тактик, принятых правительством, стало введение антикризисного плана, который предполагает выделение значительной суммы на докапитализацию крупных банков, в том числе и государственных. А именно 2,3 трлн.рублей. По последним данным, только 5 банков: Совкомбанк, Московский индустриальный банк, банк «Петрокоммерц», АБ «Россия» и Новикомбанк подали заявку на докапитализацию, которая происходит через облигации федерального займа. По оценкам экспертов, выделяемая сумма в денежном выражении составила лишь 42,8 млрд. руб. Но эти 5 банков далеко не последние, просто рынок долго ждал «первопроходцев», поскольку подобный шаг может негативно повлиять на имидж банка [3]. Однако насколько актуальной и необходимой является эта мера? Удивительно, что на последнем съезде региональных банков, который состоялся в Нижнем Новгороде, все представители уверенно заявили о том, что все банки нуждаются в докапитализации, хотя большинство региональных банков даже не сможет выполнить необходимые условия. Основных условий три:

- Обязательное наращивание кредитного портфеля на 1% в месяц.
- Предоставление розничных займов в размере не более 40% от всего портфеля.
- Ограничение размера оплаты руководства банка, фонда оплаты труда, заработной платы работников, а так же прибыли, которую можно направить на выплату дивидендов.

На первый взгляд может показаться, что пункт про наращивание кредитного портфеля сложно выполним, но на самом деле это не так. В принципе, это далеко не такое серьезное требование, которое могло бы ограничить деятельность банка, потому что: во-первых, перечислен перечень отраслей, по которым надо наращивать КП этими темпами. Во-вторых, даже если увеличивать весь КП на 1% в месяц, то это в год будет всего лишь 12-13%, а это именно те темпы роста КП, которые банковский сектор демонстрирует в последний год. Но если докапитализи-

ровать региональные банки с такими же требованиями, они просто не покажут необходимую статистику роста. И ни слова не было сказано о кризисе ликвидности, который не то, что ожидается, который уже наступил. Эксперты оценивают его примерно в 110 000 рублей, и это по данным на март 2015. Дальше, к сожалению, будут следовать дальнейшие ухудшения.

Список литературы:

1. Банки пойдут под сокращение – <http://rusplt.ru/society/banki-poydut-pod-sokraschenie-16186.html> (дата обращения 17.04.16)
2. Данные российского фонда прямых инвестиций – URL: <http://www.rdif.ru/> (дата обращения 12.03.16)
3. Пять российских банков подали заявки на докапитализацию через ОФЗ - http://www.rbc.ru/finances/06/03/2015/54f942fb9a7947d5fe2eb4bd_ (дата обращения 10.03.16)
4. Negative Interest Rates Less Than Zero -<http://www.bloomberg.com/quicktake/negative-interest-rates>

Учредитель: ООО «Оптимус»
www.optimus-journal.ru
e-mail: optimus-new@mail.ru
тел. +7 (965) 146-46-89

Подписано в печать 04.05.2016. Формат 60x84 1/16.
Гарнитура Times. Печ. Л. 8,25.
Тираж 100 экз. Заказ №

Отпечатано в цифровой типографии ООО «БукиВеди»
На оборудовании Konica Minolta
119049, г. Москва, Ленинский проспект, д. 4, стр. 1 А
Тел.:(495) 926-63-96, www.bukivedi.com, info@bukivedi.com