

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»

**МОЛОДАЯ НАУКА
В КЛАССИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

*Тезисы докладов научных конференций фестиваля студентов,
аспирантов и молодых ученых*

Иваново, 25–29 апреля 2016 г.

***Часть II
ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ***

Иваново
Издательство «Ивановский государственный университет»
2016

ББК 66.3(2)3
М 754

Молодая наука в классическом университете : тезисы докладов научных конференций фестиваля студентов, аспирантов и молодых ученых, Иваново, 25–29 апреля 2016 г. : в 7 ч. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2016. – Ч. 2 : Проблемы современной экономики. – 184 с.

ISBN 978-5-7807-1159-9

Представлены тезисы докладов участников научных конференций, проходивших в Ивановском государственном университете в рамках фестиваля студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодая наука в классическом университете» по проблемам экономики.

Адресовано ученым, преподавателям, студентам и всем, кто интересуется данными проблемами.

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Ивановского государственного университета*

Редакционная коллегия:

д-р хим. наук **С. А. Сырбу** (ответственный редактор),
д-р экон. наук **Е. Е. Николаева**, д-р экон. наук **В. И. Куликов**,
д-р экон. наук **А. С. Лифшиц**, канд. экон. наук **В. П. Тихомирова**,
канд. экон. наук **Д. А. Маринцев**, канд. экон. наук **А. Е. Кирьянов**,
канд. экон. наук **С. В. Данилова**, канд. экон. наук **С. Г. Езерская**,
канд. экон. наук **С. В. Шекшуева**, канд. экон. наук **И. В. Курникова**

Издается в авторской редакции

ISBN 978-5-7807-1159-9

© ФГБОУ ВПО «Ивановский
государственный университет», 2016

Научная конференция
«ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ»
Секция
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

С. В. АЛЕКСЕЕВА
Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Стимулирование инвестиционной активности частного капитала является одним из направлений макроэкономического регулирования экономики. В настоящее время осуществляется активный поиск новых способов стимулирования, при обеспечении наиболее эффективного сочетания интересов государства, общества и предпринимательских структур. В качестве одного из таких способов можно выделить государственно-частное партнерство (далее – ГЧП).

Термин «государственно-частное партнерство» (Public-Private Partnership, PPP) появился в начале 80-х годов для характеристики особых отношений между государством и частным сектором. Как правило, эти отношения складывались и развивались в сфере производственной и социальной инфраструктуры. До сих пор не существует единого определения данного понятия, что объясняется сложностью экономической природы предмета, неопределенностью его границ.

ГЧП относится к целому ряду различных структур, посредством которых частный сектор привлекается к общественным проектам или услугам. Это одна из наиболее перспективных форм взаимодействия государства и частного бизнеса в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Партнерство используется преимущественно: для устранения разрывов, существующих между имеющимися государственными ресурсами и затратами на необходимую инфраструктуру и услуги; для обеспечения оказания эффективных и экономичных услуг государственным сектором; для ослабления финансовых ограничений и способствования эффективному развитию общественной инфраструктуры.

Таким образом, ГЧП является одним из способов макроэкономического регулирования экономики и представляет собой особую форму экономического взаимодействия государства и бизнеса с целью

реализации общественно-значимых проектов, требующих от государства больших капиталовложений.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

М. АНТОНОВА

Ивановский государственный университет

ЭКОНОМИКА Л. ЭРХАРДА ИЛИ ПОСЛЕВОЕННОЕ НЕМЕЦКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЧУДО

Последствия Второй мировой войны для экономики Германии были весьма серьезными: объём промышленного производства составлял 33 %, производство сократилось в 7 раз, добыча угля в 2 раза, сельское хозяйство было отброшено на 30 лет назад. Германия лишилась 25 % территории. Большая часть населения осталась без работы. В таких сложных для страны условиях появился реформатор и спаситель экономики Германии. Этим человеком стал Людвиг Эрхард, министр экономики Германии, который предложил новую концепцию «социального рыночного хозяйства».

Социальное рыночное хозяйство – это особый тип и способ мышления, для выполнения которого нужна эффективная экономическая политика. Политики должны были убедить население в необходимости проведения реформ, объяснить преимущества выбранной экономической политики, обеспечить долгосрочный результат. Эрхард считал, «что замена плановой экономики свободным рыночным хозяйством сопряжена с невероятными трудностями». Экономика страны вышла из естественного равновесия и очень непросто дать простор свободному рынку без перехода. Л. Эрхард понимал, что для того, чтобы поставить на ноги рухнувшую экономику не хватит простой денежной реформы и финансовых упражнений, поэтому он и стал автором, так называемого, «немецкого экономического чуда», одной из самых эффективных экономических реформ, которая за 12 лет вывела Германию в лидеры мировой экономики. Эрхард умело сочетал концепцию большого скачка и градуалистский подход. Так, контроль над ценами основных продуктов питания был снят лишь в 1957 г., когда была установлена конвертируемость немецкой марки. Были приняты эффективные антиинфляционные меры: блокирование вкладов (было заморожено 70 % средств на счетах населения), регулярно публиковались каталоги «уместных цен», учитывающие реальные издержки производства и разумную прибыль, была принята государственная программа продажи «Каждому человеку» необходимых потребительских товаров по сниженным ценам. «Закон против ограничения конкурен-

ции» создал действительные предпосылки для развития малого и среднего бизнеса. К началу 1960-х годов ВВП Западной Германии увеличился по сравнению с 1950-м годом почти в три раза.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

Э. С. АСТОЯН

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РФ И ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА

На современном этапе стабильная налоговая система является одним из наиболее значимых механизмов, воздействующим на развитие экономики. Система налогообложения должна выполнять стимулирующую роль, положительно влияя на развитие производства в стране.

Однако в налоговой системе существует ряд проблем, которые необходимо решать. Так все еще велика доля теневой экономики и распространены уклонения от налогообложения. Это лишает бюджетную систему налоговых доходов. Так, по состоянию на 1 декабря 2015 г. налоговая задолженность в бюджет РФ составила 877 038 056 р.

В частности, это касается уклонения от уплаты НДС. Недобросовестные предприниматели импортируют высокотехнологичные товары, а затем продают их с наценкой в размере ставки НДС и присваивают разницу.

При начислении и уплате налога на прибыль предприятия также сопрягаются с некоторыми проблемами. Например, предприятие, которое открыло филиал, сталкивается с немалым количеством вопросов, которые связаны с налогообложением такого филиала. Связано это с тем, что для предприятия, имеющего филиал, действуют два совершенно разных способа налогового учета. При первом – налоговые обязательства рассчитываются для организации в целом. При втором – головное предприятие и филиал рассматриваются как самостоятельные налогоплательщики.

Вышеперечисленные проблемы налоговой системы доказывают необходимость её реформирования для повышения справедливости и эффективности налогообложения.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

Х. Б. БАШИРОВА

Ивановский государственный университет

СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА

Современный мир характеризуется наличием самых разных экономических систем, которые, возникая в тот или иной исторический период, не оставались неизменными, а постоянно развивались.

Смешанная экономика – это рыночная система со свойственной ей социальной ориентацией экономики и общества в целом.

В рыночной экономике все ответы на основные экономические вопросы (что? как? и для кого?) определяет рынок: цены, прибыли и убытки. «Что» решается платежеспособным спросом, голосованием деньгами. «Как» решается производителем, стремящимся получить большую прибыль. «Для кого» решается в пользу различных групп потребителей с учетом их доходов.

Главные проблемы смешанной экономики состоят в том, чтобы, во-первых, найти оптимальные соотношения между рыночным механизмом и государственным регулированием экономики, между частными и государственными секторами экономики; во-вторых, определить наиболее эффективные формы государственного вмешательства в экономику.

В смешанной экономике и государство, и частный сектор играют важную роль в производстве, распределении, обмене и потреблении всех ресурсов и материальных благ в стране; государство вмешивается в рыночную экономику, но не настолько, чтобы свести на нет регулирующую роль рынка.

Необходимо обратить внимание на следующие важнейшие направления экономической деятельности государства: обеспечение правовой основы хозяйственной деятельности экономических агентств, потребителей и производителей; установление и компенсация недостатков (сбоев, изъянов, провалов) рыночного хозяйственного механизма; осуществление государственной экономической политики.

Современная рыночная экономика смешанного типа на сегодняшний день предстает наиболее совершенной системой из всех когда-либо существовавших. Ее основной особенностью является то, что в ней удачно сочетаются черты совершенно разных экономических систем: чистого капитализма и командно-административной экономики, хотя черты чистого капитализма и преобладают. Она является наиболее приспособленной к изменяющимся внутренним и внешним условиям, т. е. гибкой.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

А. А. БОРИСОВ
Ивановский государственный университет

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Инновационная экономика – тип экономики, основанной на потоке инноваций, на постоянном технологическом совершенствовании.

Во многих субъектах РФ созданы организации, которые можно отнести к институтам развития инновационной экономики. Ключевыми направлениями региональных институтов является поддержка малого и среднего бизнеса.

В 2015 г. на реализацию мероприятий поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства области направлено порядка 150 млн р. из бюджетов всех уровней. В программные мероприятия включены новые направления господдержки – предоставление целевых грантов начинающим предпринимателям на создание собственного дела, субсидирование части затрат, связанных с созданием и обеспечением деятельности центров молодежного инновационного творчества.

В рейтинге инновационной активности на 2015 г. Иваново занимает 39 место, являясь городом со средней инновационной активностью (индекс инновационной активности равен 0,0248).

По данным статистики, область занимает 7 место в ЦФО по созданным передовым технологиям. Таким образом, положительные результаты в сфере инновационного развития региона дают основания для разработки амбициозного портфеля проектов по ускорению перехода экономики на инновационный путь развития.

В инновационной сфере региона немало проблем. Так объем инновационной продукции предприятий Ивановской области в 2013 г. составил 514 млн р., удельный вес инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции составил всего 0,6 %, самый низкий показатель по ЦФО. Последнее место Ивановская область занимает и по показателю «используемые передовые производственные технологии». Слабые позиции региона по показателям «внутренние затраты на научные исследования и разработки», «затраты на технологические инновации» и «удельный вес организаций, осуществляющих инновации, обеспечивающие повышение экологической безопасности в процессе производства товаров, работ, услуг в общем числе организаций, осуществляющих экологические инновации».

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

М. С. БОРОВИКОВА, Н. Е. НИКОШИНА
Ивановский государственный университет

МОЖЕТ ЛИ БЕЗРАБОТИЦА ПРИНЕСТИ ПОЛЬЗУ ОБЩЕСТВУ?

Проблема безработицы является одной из коренных социально-экономических проблем современного этапа развития общества. Безработица – это социально-экономическое явление, при котором часть трудоспособного населения не может найти себе работу и становится резервной армией труда. По итогам 2015 г. в России уровень безработицы составил 5,8 % экономически активного населения.

Безработица влечет за собой существенное сокращение потенциального валового продукта и национального дохода страны, значительные производительные расходы государства на выплату пособий по безработице, переквалификацию безработных и их трудоустройство. При неполном использовании имеющихся ресурсов рабочей силы экономическая система не достигает границ своих производственных возможностей.

Немалый урон безработица наносит и жизненным интересам людей, не давая им реализовать свой потенциал и способности в тех областях, где человек может наибольшим образом проявить себя. Кроме того, резко ухудшается материальное положение семей безработных, способствуя росту заболеваемости и преступности, обостряя социальную напряженность в обществе.

Как и любое экономическое явление, безработица не может рассматриваться односторонне. Рассматривая безработицу с положительной стороны, нужно иметь в виду, что речь идет только об умеренной безработице.

Безработные представляют собой резерв незанятой рабочей силы, которую можно задействовать при расширении производства или структурных перестройках. Безработица стимулирует овладение новыми специальностями, востребованными на рынке труда. Возможно получение новых специальностей без отрыва от производства. Безработица воспитывает ответственность и самостоятельность у молодых специалистов, которые только начинают свою профессиональную деятельность.

Таким образом, безработица является характерной чертой рыночной экономики. Она должна быть поставлена в определенные рамки, в пределах которых достигается режим оптимального роста и устойчивости экономической стабильности.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

К. И. ВОРОНКОВ

Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

У истоков социального рыночного хозяйства стояли Ф. Беём, В. Ойкен и Г. Гросман-Дёрт, сформулировавшие принципы неолитерализма. На основе их идей была разработана концепция социального рыночного хозяйствования А. Мюллер-Армаком, А. Рюстовым, В. Рёпке и Л. Эрхардом.

Эффективная экономическая политика Эрхарда, обеспечившая высокие темпы роста, имела следующие черты: особая роль государства; выработка и проведение специфической социальной политики; всемерное развитие конкуренции как фактора системы порядка. Для этого необходимы борьба с монополизмом, содействие мелкому и среднему предпринимательству, создание каждому человеку условий для появления способностей и скрытых возможностей. Конкуренция обеспечивает экономический прогресс, рост производительности, является инструментом обеспечения самостоятельности хозяйствования.

Ойкен предлагал всего два направления государственной экономической политики: во-первых, формирование хозяйственного строя. Необходимы единые «правила игры» и контроль за соблюдением этих правил. Вторым направлением государственной экономической политики Ойкен видел воздействие на реальный процесс воспроизводства, если этот процесс по каким-то причинам отклоняется от намеченного. Сюда он относил весь комплекс государственных мероприятий по регулированию экономического роста.

Мюллер-Армак считал, что цель деятельности национальной экономики должна состоять в том, что на базе высокоэффективной и гибкой экономической системы, основанной на конкуренции, добиваться социального прогресса. Путем к такому «экономическому гуманизму» и должно стать «социальное рыночное хозяйство». Важнейшей составляющей своей модели он провозгласил активную социальную политику, подчиненную принципу «социальной компенсации». Главные инструменты политики «компенсации» – прогрессивное налогообложение, бюджетные дотации малообеспеченным слоям населения; создание развитой системы социального страхования и социальной инфраструктуры. Теория социального рыночного хозяйства предусматривает сознательное конструирование конкурентного механизма путем введения четкого законодательства, трудовых и социальных гарантий, проведения разумной внешней экономической политики.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

БЕЗРАБОТИЦА В РФ: ПРИЧИНЫ, ВИДЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Безработица – социально-экономическое явление, при котором часть рабочей силы не занята в производстве товаров и услуг.

На поверхности экономических отношений безработица проявляется как превышение уровня спроса на рабочие места над предложением на рынке труда, проще говоря, желающих работать гораздо больше, чем рабочих мест для них.

Среди видов безработицы можно выделить следующие: фрикционная, структурная, циклическая. Фрикционная безработица связана с затратами времени на поиск новой работы. Структурная безработица связана с технологическими изменениями в производстве, которые изменяют структуру спроса на рабочую силу (возникает, если работник, уволенный из одной отрасли, не может устроиться в другой). Циклическая безработица возникает в период циклического экономического спада и недостатка спроса.

По данным Росстата численность экономически активного населения в возрасте 15–72 лет (занятые + безработные) в сентябре 2015 г. составила 53 % от общей численности населения страны. В численности экономически активного населения 72,9 млн человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 4,0 млн человек – как безработные с применением критериев МОТ (т. е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

Социально-экономические последствия безработицы: замедление темпов роста экономики в результате недоиспользования производственных возможностей; лишение части населения заработков, а следовательно, средств к существованию; сокращение налогов, уплачиваемых юридическими и физическими лицами государству, вследствие уменьшения объема ВВП; устаревание знаний, потеря квалификации людьми, которые лишены возможности работать. Зависимость между уровнем безработицы и отставанием объема ВВП нашла выражение в законе Оукена превышение на 1 % фактического уровня безработицы над естественным ведет к отставанию фактического объема ВВП на 2,5 % от потенциальной.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

А. Е. ГОРБУНОВ

Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОДИНАМИКИ

Концепция экономической социодинамики была разработана такими российскими учёными, как Р. С. Гринбергом и А. Я. Рубинштейном. Экономическая социодинамика представляет собой теорию, описывающую определённую динамику экономических явлений совместно с процессами, происходящими в обществе, уделяя при этом особое внимание государственному участию в экономической жизни. Цель данной концепции заключается в изменении основного направления экономической теории путём удаления из её основания индивидуализма лишь в той части, которая не допускает существования интересов общества как такового и не позволяет рассматривать государство в качестве самостоятельного участника рыночных отношений, стремящегося реализовать эти интересы. Данная концепция основывается на том, что роль государства в экономической жизни общества неоднозначна. Это проявляется в том, что с одной стороны без государства как особого института нельзя обойтись, так как государство выступает в роли активного «экономического игрока». С другой же стороны, экономисты пытаются создать пределы, ограничивающие участие государства в экономической жизни.

В рамках концепции экономической социодинамики выделяется также как индивидуальная, так и социальная полезность благ и услуг, вводится понятие предельной социальной полезности, определяющей социальные расходы общества величиной социальной полезности потребления данного блага маргинальной группой на уровне социального стандарта. Признаётся также объективная необходимость государственного интервенционизма, который не является каким-то внешним вмешательством в рыночную среду, а трансформируется в механизм социальной саморегуляции и представляет собой деятельность одного из полноправных участников рыночных отношений, направленную на реализацию присущих ему интересов, так как господствующий постулат индивидуализма не рассматривает общество как единое целое и соответственно не учитывает потребности всего общества.

Таким образом, можно сделать вывод, что для экономической социодинамики характерно использование такого принципа как комплексность индивидуальной и социальной полезности.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

Д. В. ГРАБКИН
Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ КИТАЯ

Приблизительно до 1970-х гг. Китай представлял собой пример классической плановой экономики с жесткой финансовой централизацией. Однако впоследствии в стране стали проводиться реформы, стирающие четкую границу между плановой и рыночной экономикой, и в настоящее время Китай – пример государства с мощнейшей экономической системой (вторая по величине экономическая система в мире после США). Данный результат был достигнут путем частичной либерализации экономики (развитие частного рынка, привлечение иностранных товаров и инвестиций, повышение самостоятельности производств) при сохранении государственного контроля за наиболее важными отраслями промышленности, в первую очередь тяжелой. В результате с 1978 г. было достигнуто более чем десятикратное увеличение ВВП. По покупательной же способности (ППС) страна вышла на первое место в мире в 2014 г.

В настоящее время Китай лидирует в мире по добыче угля, железных, марганцевых, свинцово-цинковых, сурьмяных и вольфрамовых руд, является крупнейшим в мире производителем кокса, чугуна, стали и стальных труб, телевизоров, радиоприемников и мобильных телефонов, стиральных и швейных машин, велосипедов и мотоциклов, удобрений, хлопчатобумажных и шелковых тканей, цемента, обуви, мяса, пшеницы, риса, сорго, картофеля, хлопка, яблок, табака, овощей, шелковичных коконов, имеет крупнейшие в мире поголовья птицы, свиней, овец, коз, лошадей и яков, а также лидирует по вылову рыбы.

С 2010 г. Китай является самым крупным в мире экспортером. Экспорт дает 80 % валютных доходов государства. В экспортных отраслях занято около 20 млн человек, номенклатура экспорта насчитывает 50 тыс. наименований.

Чтобы способствовать структурным изменениям, Китай развивает собственную систему образования, обучение студентов за рубежом (особенно в США и Японии), поощряет импорт технологий, позволяющих развивать такие прогрессивные секторы экономики как производство программного обеспечения, новых материалов, телекоммуникационную индустрию, биотехнологии, здравоохранение.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

И. С. ЕЖОВА

Ивановский государственный университет

ТЕОРИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В научной литературе понятие человеческого капитала (Human Capital) появилось в публикациях второй половины XX в. За создание основ теории человеческого капитала (ЧК) были присуждены Нобелевские премии по экономике Теодору Шульцу в 1979 г., Гэри Беккеру – в 1992 г. Вложил существенный вклад в создание теории ЧК и выходец из России Саймон (Семен) Кузнец, получивший Нобелевскую премию по экономике в 1971 г. Теория ЧК базируется на достижениях институциональной теории, неоклассической теории, неокейнсианства и др. Вклад в развитие современной теории человеческого капитала внесли Э. Денисон, Р. Солоу, Дж. Кендрик, И. Фишер, Р. Лукас и другие экономисты, социологи и историки.

ЧК может рассматриваться в широком и узком смысле слова, выделяют отрицательный ЧК (разрушительный) и положительный (созидательный) ЧК. Дж. Кендрик предложил затратный метод расчета стоимости ЧК; включил в инвестиции в ЧК затраты семьи и общества на воспитание детей до достижения ими трудоспособного возраста и получения определенной специальности, на переподготовку, повышение квалификации, здравоохранение, на миграцию рабочей силы и др. В накопления он также включил вложения в жилищное хозяйство, бытовые товары длительного пользования, запасы товаров в семьях, затраты на научные исследования и разработки. К. Б. Маллиган и Х. С. Мартин предложили методику оценки запаса совокупного человеческого капитала с помощью системы индексов. Значительный вклад в разработку расширительной концепции национального богатства (с учетом вклада ЧК) внесли аналитики Всемирного банка, которые учитывают накопленные знания и другие составляющие ЧК. Источники ЧК выбраны по группировкам затрат на соответствующие направления. Это наука, образование, культура и искусство, здравоохранение и информационное обеспечение.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

А. Е. ЕРИСОВА
Ивановский государственный университет

ПАРАДОКС БЕРЕЖЛИВОСТИ

Не всякая бережливость бывает полезной. Вот если люди начнут всю большую часть из своих доходов откладывать на черный день, то к чему это приведет?

Парадокс бережливости можно объяснить цитатой: «Чем больше мы откладываем на черный день, тем быстрее он наступит». Самые известные работы по этой теме принадлежат Джону Мейнardu Кейнсу и Фридриху фон Хайеку.

Английский экономический деятель Джордж М. Кейнс утверждал, что желание создать материальные запасы превышает стремление к их вложению в странах, имеющих высокоразвитую рыночную структуру.

Парадокс бережливости состоит в следующем:

– при росте капитала снижается его эффективность, это обусловлено уменьшением количества высокодоходных возможностей для его инвестирования;

– рост жизненного уровня населения приводит к увеличению объемов его сбережений.

Суть парадокса заключается в следующем: по мере накопления сбережений люди все меньше тратят на потребление. Как следствие, сокращается совокупный спрос. У производителей падают объемы продаж, снижается прибыль. Идет сокращение производства и рост безработицы. В конечном счете, беднеет целая нация.

Данный принцип получил подтверждение в те времена, когда наблюдалась Великая экономическая депрессия 1929–1933 годов. Она сопровождалась перепроизводством товара, и именно в тот момент важнее было создать новые рабочие места, а не выставить больше продукции на рынок. К примеру, строительство нового моста обеспечило бы работу многим жителям, и преувеличила бы их доход, а во вторых на рынке не появилось бы еще больше товаров, покупку которых не могут позволить себе большинство населения.

Таким образом, можно сделать вывод, что в краткосрочном периоде сбережения могут оказывать негативное влияние, а так же воздействовать на экономику стран в целом.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

Д. А. ЕРМАКОВ
Ивановский государственный университет

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СТРАН АФРИКИ: ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Сегодня многие страны Африки имеют такие социальные проблемы как проблема образования, голод, социальное расслоение и т. п. Почему же в свои ранние годы эти страны не восприняли концепцию советской политики и вместо выживания в рыночных отношениях не стали строить социализм?

Проблема кроется в сложностях при получении образования в Советском Союзе. В 1960-е годы правительства африканских стран, направившие своих граждан на учёбу в СССР, смогли взять процесс отправки под свой контроль и не допустить сторонников оппозиционных к ним прогрессистских (социалистических) партий к советскому образованию (в т. ч. за счёт контроля над распределением стипендий). В то же время, из-за конформизма СССР к политическим режимам своих союзников, прогрессисты разочаровались в роли СССР. Вкупе с возможностью оценки СССР в сравнении со странами Запада, это сыграло негативную роль: на экономическую модель Советского Союза не захотели равняться.

Итогом всего вышесказанного стало построение экономической системы по более простому и наименее проблемному для стремившихся к росту своего влияния местных элит – становление именно рыночной экономики. Её плоды сегодня – социальные проблемы стран Африки. Поскольку африканские государства имеют слабую инфраструктуру, сравнительно низкий уровень развития, а их конкурентами выступают наиболее развитые государства, такие как США, то представляется верным утверждать о наименьшей роли таких стран в системе общего рынка. В то же время при выборе этими странами социалистического пути развития, они могли бы добиться больших экономических успехов. В этом отношении показателен пример КНДР, сумевшей в условиях некапиталистического развития и изоляции освоить даже программу ядерных вооружений.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

Н. Е. ЗАЙЦЕВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Взаимодействие человека и общественного производства выражается через сложную систему экономических интересов. Характер экономического поведения хозяйствующих субъектов зависит от системы сложившихся экономических интересов. Подобная взаимная обусловленность экономического поведения субъектов сложившимися интересами выступает в качестве ведущего фактора, который определяет содержание и механизм реализации социально-экономических процессов. В информационной экономике принципиальное влияние на систему экономических интересов оказывают такие факторы, как информация и информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Выступая в качестве ключевых факторов социально-экономического развития, они существенно меняют не только характер, но и структуру потребностей и мотивации экономических субъектов. Степень доступности информации, ее актуальность для принятия управленческих решений предопределяет зависимость разнообразия и степени удовлетворения потребностей, а значит, и реализации экономических интересов субъектов.

Процесс информатизации социально-экономических отношений существенно влияет на расстановку приоритетов в системе экономических интересов субъектов. Доступность и разнообразие информационных ресурсов и современных ИКТ предопределили лидирующие позиции информационным и образовательным потребностям. ИКТ как эффективный канал маркетинговых коммуникаций стимулируют к активному потреблению и развитию новых моделей поведения (виртуализация экономических отношений).

В информационной экономике особенно остро встает проблема рациональности экономического поведения субъектов. Изменения, вызванные влиянием современных ИКТ в системе потребностей и мотивации экономических субъектов, характеризуются усилением субъективности оценки и внешней иррациональности экономического поведения хозяйствующих субъектов.

Развивающаяся система экономических интересов хозяйствующих субъектов характеризуется одновременно и формированием новых конфликтов интересов.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

И. ЗОЛОТАРЕВА

Ивановский государственный университет

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

В основе экономической системы лежит общественное производство, которое представляет собой процесс взаимодействия человеческого общества и природы. Совокупность всех экономических процессов, совершающихся в обществе на основе действующих в нем имущественных отношений и организационных форм, представляют собой экономическую систему общества.

Основными элементами экономической системы являются: социально-экономические отношения, базирующиеся на сложившихся в каждой экономической системе формах собственности на экономические ресурсы и результаты хозяйственной деятельности; хозяйственный механизм, т. е. способ регулирования экономической деятельности на макроэкономическом уровне; конкретные экономические связи между хозяйствующими субъектами.

Как правило, следующие подходы к изучению экономических систем: формационный, цивилизационный, теория постиндустриального общества.

Формационный подход основан на теории К. Маркса. Она предполагает пятизвенную структуру развития человечества, то есть наличие таких общественно-экономических формаций, как первобытнообщинной, рабовладельческой, феодальной, капиталистической и коммунистической.

В отличие от формационного подхода цивилизационный подход отражает не только многообразие материального мира, но и выявляет закономерности многовариантного развития обществ. Также для этого подхода характерно многообразие мира в его социальных и культурных измерениях.

В теории постиндустриального общества предусматривается наличие таких трех типов общества, как доиндустриальное, индустриальное и постиндустриальное. Эта концепция не исключает многовариантность развития общества, так как пути перехода к постиндустриальному обществу могут быть «существенно различными для разных народов». Кроме того теория постиндустриального общества учитывает культурные, религиозные, социальные, политические и другие отношения, хотя главным в ней являются способ производства и характер отношений собственности, «на которых покоится материальная власть».

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

Т. А. ИВАНОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ КОМАНДНО-АДМИНИСТРАТИВНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Командно-административная экономическая система господствовала ранее в СССР, странах восточной Европы и ряде азиатских государств. Характерными чертами административно-командной системы является общественная (а в реальности – государственная) собственность практически на все экономические ресурсы, монополизация и бюрократизация экономики в специфических формах, централизованное экономическое планирование как основа хозяйственного механизма. Хозяйственный механизм административно-командной системы имеет ряд особенностей. Он предполагает:

– во-первых, непосредственное управление всеми предприятиями из единого центра – высших эшелонов государственной власти, что сводит к минимуму самостоятельность хозяйственных субъектов;

– во-вторых, государство полностью контролирует производство и распределение продукции, в результате чего исключаются свободные рыночные взаимосвязи между отдельными хозяйствами;

– в-третьих, государственный аппарат руководит хозяйственной деятельностью с помощью, преимущественно, административно-распорядительных методов, что подрывает материальную заинтересованность в результатах труда.

В странах с административно-командной системой решение общеэкономических задач имеет свои специфические особенности. В соответствии с господствующими идеологическими установками задача определения объема и структуры продукции считается слишком серьезной и ответственной, чтобы передать ее решение самим непосредственным производителям – промышленным предприятиям, совхозам и колхозам. Поэтому структура общественных потребностей определяется непосредственно центральными плановыми органами. Однако поскольку детализировать и предвидеть изменение общественных потребностей в таких масштабах принципиально невозможно, эти органы руководствуются преимущественно задачей удовлетворения минимальных потребностей. Централизованное распределение материальных благ, трудовых и финансовых ресурсов осуществляется без участия непосредственных производителей и потребителей, в соответствии с заранее выбранными критериями, на основе централизованного планирования.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

А. М. КЛЕНКОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ШВЕЦИИ

Термин «шведская модель» возник в связи со становлением Швеции как одного из самых развитых в социально-экономическом отношении государств. Он появился в конце 1960-х гг., когда иностранные наблюдатели стали отмечать успешное сочетание в Швеции быстрого экономического роста с обширной политикой реформ на фоне относительной социальной бесконфликтности в обществе. С учетом соблюдения нейтралитета в течение всего 20-го столетия, Швеция достигла завидного уровня жизни населения, обладает смешанной системой экономики на основе высоких технологий и обширных пособий по социальному обеспечению. В экономике Швеции есть современная система распределения, превосходные внутренние и внешние коммуникации и квалифицированная рабочая сила. В шведской политике явно выделяются две доминирующие цели: полная занятость и выравнивание доходов.

Швеция очень зависит от внешней торговли для сохранения своей высокой производительности труда и уровня жизни. Свыше 80 % всего экспорта составляют промышленные товары. Наиболее важные экспортные рынки находятся в Западной Европе. Более половины шведского экспорта направляется в Европейский Союз (ЕС). Важное значение имеют также соседние северные страны Финляндия и Норвегия. Хотя в этих странах, а также Дании население в сумме составляет лишь 14–15 млн человек, на них приходится почти одна пятая часть экспорта Швеции.

Хотя Швеция является относительно малой страной, ее экономика в большой степени диверсифицирована. Традиционные отрасли, базирующиеся на двух наиболее важных сырьевых ресурсах – железной руде и лесе, по-прежнему играют важную роль, однако возросло значение машиностроения и различных высокотехнологичных секторов. Мало других стран размером со Швецию имеют свое собственное авиастроение и ядерную энергетику, а также две национальные автомобилестроительные компании, развитую отрасль по производству вооружений, телекоммуникационную отрасль с высоким уровнем технологии и две крупные фармацевтические группы.

В сентябре 2003 г. шведские избиратели проголосовали против входа в Европейский валютный союз, который воздействовал бы воздействия на экономику и суверенитет.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

Е. Р. КРЫЛОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕАЛЬНОГО И ФИНАНСОВОГО СЕКТОРОВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

В процессе трансформации экономики нарушилось взаимодействие между реальным и финансовым секторами. Сейчас роль финансового сектора значительно возрастает, и у финансового капитала появилось много возможностей для самостоятельного развития, минуя производство.

Причины увеличения масштабов финансового сектора:

1) слабость банковской системы, неадекватно выполняющей ряд своих главных макроэкономических функций. Одной из этих функций является переключение временно свободных средств, возникающих в экономике, в те отрасли, где в них имеется непосредственная нужда. При недоиспользовании депозитной базы для кредитования производства чрезмерно много средств вкладывается в валютную спекуляцию, игру на рынках ценных бумаг. Сейчас огромный объём ценных бумаг не обеспечивается реальными активами. Банки и другие кредитные организации делают не реальные, а спекулятивные инвестиции. Это ведёт, если ни к реальному спаду, то определённо к стагнации производства;

2) темпы роста банковских процентных ставок по кредитам не соотносятся с темпами роста производства и поэтому многие предприятия не могут «поднять» такой высокий процент и вытесняются с рынков;

3) увеличивая количество денег в обращении, Центробанк одновременно открывает возможность для роста кредитных денег. Если учесть, что коммерческие банки могут сами создавать денежную массу, то они начинают выбрасывать большое количество денег (кредитов) в экономику. Имеет место перекредитование (что явилось одной из причин Мирового экономического кризиса 2008 г.). Отсутствует механизм упорядоченного регулирования объёмами и структурой кредитов.

Таким образом, несбалансированность реального и финансового секторов ведёт к спаду производства. Равновесие между ними возможно за счёт внедрения в экономику государственных механизмов регулирования. Улучшение взаимодействия между этими секторами позволит повысить стабильность национальной экономики России.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

К. Н. КУЛИКОВА
Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Каждое государство вынуждено регулировать рынок труда и сферу занятости населения, так как сбалансированность в экономике является главным залогом успешного функционирования рынка. В Конституции РФ закреплено право на защиту от безработицы (ч. 3, ст. 37), что выражается в нормативных актах страны.

Одним из показателей занятости населения является уровень безработицы (УБ). Согласно мнению экономистов, УБ в 4–5 % считается нормой. По данным Росстата, в апреле 2015 г. УБ в РФ составил 5,8 %. Для сравнения, в 2000 г. УБ составил 10,6 %. За последние 20 лет мы наблюдали два крупных всплеска безработицы: в 2003 г. (УБ равен 8,2 %) и в 2009 г. (УБ равен 8,3 %).

Из общей динамики показателей мы видим улучшения в сфере занятости населения. Это является следствием удачной политики государства. Несколько последних лет охарактеризовались активным принятием поправок и конкретизации Закона РФ от 19 апреля 1991 г. № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации». Принимаются и совершенно новые государственные программы и меры в сфере занятости. Постановлением Правительства РФ от 22 ноября 2012 г. № 2149-р утверждена Государственная программа РФ по содействию занятости населения до 2020 года. Главными задачами программы является предотвращение роста напряжённости на рынке труда, содействие поддержанию высокой квалификации и здоровья работников, обеспечение защиты труда. Программа включает в себя три подпрограммы: «Активная политика занятости населения и социальная поддержка безработных граждан», «Внешняя трудовая миграция», «Развитие институтов рынка труда».

Последние несколько лет Минтруд реализует помощь в социализации для инвалидов. В ходе совещаний рассматриваются вопросы создания мест работы для инвалидов и возможности их карьерного роста. Федеральный закон 2 декабря 2013 г. № 349-ФЗ «О федеральном бюджете на 2014 год и на планируемый период 2015 и 2016 годов» предусматривает специальные бюджетные ассигнования для содействия в трудоустройстве незанятых людей с ограниченными возможностями на оборудованные для них рабочие места. В 2014 г. их размер составил 918,7 млн р., в 2015 г. – 963,7 млн р.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

В. Е. МАКАРОВА
Ивановский государственный университет

МАКРОЭКОНОМИКА: ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В экономической науке под финансами понимают систему экономических отношений, связанных с образованием, распределением и использованием фондов денежных средств. Термин «финансы» означает платеж, доход.

Финансовые системы – это совокупность финансовых отношений и соответствующих им институтов. К числу элементов финансовой системы относят: совокупность бюджетов всех уровней, внебюджетные фонды, валютные резервы государства, денежные фонды предприятий и организаций, финансы домашних хозяйств, резервный фонд, фонд национального благосостояния.

Государственный бюджет как сводный финансовый план государства состоит из двух взаимосвязанных частей – доходной и расходной. В доходной части показываются источники поступления средств в бюджет, в расходной – направления их использования.

Исполнительные и распорядительные органы всех уровней обязаны принимать меры, направленные на обеспечение сбалансированности соответствующих бюджетов, и в процессе исполнения бюджетов производить расходы, в пределах поступающих доходов. Несбалансированность бюджета выражается либо в превышении доходов над расходами, либо наоборот. В первом случае имеет место профицит бюджета, во втором – дефицит.

Государственный долг – это общая сумма выпущенных, но непогашенных государственных займов вместе с зачисленными по ним процентами; или это сумма накопленных бюджетных дефицитов, за вычетом суммы накопленных бюджетных профицитов. Главной причиной государственного долга является рост бюджетных дефицитов.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. Е. Иродова

Д. Д. МОРОЗОВА
Ивановский государственный университет

ПАРАДОКС БЕРЕЖЛИВОСТИ

Парадокс бережливости описан американскими экономистами Уоддиллом Кетчингсом и Уильямом Фостером, он также исследовался Джоном Мейнардом Кейнсом и Фридрихом фон Хайеком.

Сущность этого явления заключается в том, что стремление к увеличению богатства за счет роста сбережений в реальности приводит к снижению национального продукта и национального дохода, а в итоге и к снижению уровня сбережений. В результате складывается парадоксальная ситуация: чем больше мы откладываем на чёрный день, тем быстрее он наступит. То есть, если во время экономического спада все начнут экономить, то совокупный спрос уменьшится, что повлечет за собой уменьшение зарплат и, как следствие, уменьшение сбережений. Таким образом, можно утверждать, что когда все экономят, то это неизбежно должно привести к уменьшению совокупного спроса и замедлению экономического роста.

С точки зрения отдельного лица сбережения увеличивают его личное богатство, т. е. это безусловное благо для него. Но с точки зрения общества рост сбережений может оказаться злом из-за нежелательного воздействия на общий объем производства и занятость. Ведь тот, кто берегает, сокращает свое потребление, тем самым сокращает доход кого-то другого. Падение дохода убивает часть инвестиций, поскольку препятствует росту производства и предложения. Эта тенденция особенно опасна в условиях полной занятости. В условиях неполной занятости рост сбережений может быть в целом желательным, так как он сокращает текущий потребительский спрос и препятствует росту инфляции.

Однако у населения появляются значительные стимулы сберегать больше как раз в то время, когда рост сбережений является наименее желательным, а именно, когда экономика вступает в стадию спада производства. В этом случае стремление больше сберегать только ухудшает экономическую конъюнктуру.

Кейнс и его последователи предлагали использовать для стабилизации экономики в первую очередь увеличение государственных расходов, поскольку это позволяет напрямую, а, следовательно, в максимальной степени влиять на совокупный спрос и с мультипликативным эффектом на совокупный выпуск и доход.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

А. С. ОДИНЦОВ

Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ

Благосостояние в широком смысле слова включает в себя, во-первых, базисные элементы человеческой жизнедеятельности, а, во-вторых, элементы, имеющие психологическую природу. В экономической теории и практике благосостояние в узком смысле слова ограничено теми видами жизнедеятельности, которые неразрывно связаны с находящейся в распоряжении человека суммой потребительских благ и услуг. В развитие данной концепции огромный вклад внесли такие ученые, как А. Смит, А. Сен, И. Бентам, У. Джевонс, А. Пигу, В. Парето, Р. Хикс и др.

Западная теория благосостояния индивида и общества прошла ряд этапов.

Первый этап (1770–1930 гг.) характеризуется тем, что А. Смит выявил зависимость общественного благосостояния от: 1) количества годового продукта труда и числа потребителей; 2) достигнутого в обществе соответствия потребления годового продукта нуждам потребителей. В общем виде можно сказать, что А. Смит поставил благосостояние в зависимость от производительности общественного труда и его пропорциональности потребностям.

Начало «новой» теории благосостояния (1930–1970 гг.), отличной от предшествующего этапа, связано с именем В. Парето, который отказался от допущения измерения получаемой каждым человеком полезности и их сопоставления без того, чтобы при этом не был причинен ущерб благосостоянию кого-либо другого. В. Парето также предложил критерий оптимальности. Суть критерия состояла в том, что достигнутый уровень общественного благосостояния считается оптимальным, если благосостояние ни одного человека не может быть повышено.

Третий этап (1970–2007 гг.) связан с именем индийского экономиста Амартия Сена. С его точки зрения, дальнейшее развитие теории благосостояния требует использования более богатой по сравнению с утилитаризмом философской традиции, связанной с понятиями свободы, прав, всеобщей взаимозависимости и признанием множественности этически значимых утверждений.

Стоит отметить, что в отечественной литературе выделяют два основных подхода к теории благосостояния: ресурсный и потребительский.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

А. В. ПОЛЯКОВА, А. А. СОЛОВЬЕВА
Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ГЕРМАНИИ

Федеративная Республика Германия занимает ведущее место в мировой экономике. Германия – высокоразвитая индустриальная держава. В основу экономического развития Германии положены принципы, сочетающие свободную рыночную экономику и социальную её направленность. Такая экономическая модель позволила Германии высокими темпами перейти от полностью разрушенного войной хозяйства к процветающей экономике, которая производит 30 % от общего валового продукта Европы.

Экономика Германии характеризуется хорошо развитой инфраструктурой и квалифицированной рабочей силой. В экономической системе Германии выделяется несколько специфических черт.

Экономика Германии организована по принципу социально-рыночной экономики, характеризующейся сочетанием социального баланса и рыночной свободы. Данная экономическая модель предполагает в значительной мере свободные действия рыночных сил, однако, основной упор делается на социальном обеспечении.

Также для экономики Германии характерна высокая степень индустриализации. По сравнению со многими развитыми странами мира здесь очень большую долю в производстве ВВП составляет промышленность, которая является мотором внешней торговли. Также развито сельское хозяйство, энергетика. В 2013 г. на долю сектора услуг в ВВП Германии приходилось 71,1 %, доля промышленности составила 28,1 % , доля сельского хозяйства – 0,8 % . Наиболее конкурентоспособными отраслями немецкой промышленности являются: автомобилестроение; транспортное машиностроение; общее машиностроение (производство станков, различных приборов); электротехническая промышленность; точная механика и оптика; химическая, фармацевтическая и парфюмерно-косметическая промышленность; черная металлургия. Вместе с тем, ФРГ относится к энергодефицитным странам, импорт энергоресурсов достигает 75 % общей потребности.

Одной из особенностей экономического пути развития Германии является так называемый «рейнский капитализм», характеризующийся значительной ролью банков в экономике страны. Банки являются в Германии крупными акционерами промышленных компаний и компаний сферы услуг, активно вмешиваются в процесс принятия бизнес-решений, оказывая реальное влияние на бизнес.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

Т. Г. СЕМЕНЕНКО

Ивановский государственный университет

ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Термин «интеллектуальная собственность» впервые появился во французском законодательстве конца XVIII века. Интеллектуальная собственность включает права, относящиеся к литературным, художественным и научным произведениям, исполнительской деятельности артистов, звукозаписи, радио- и телевизионным передачам, изобретениям во всех областях человеческой деятельности, научным открытиям, промышленным образцам, товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям, защите против недобросовестной конкуренции и др.

Интеллектуальная собственность имеет ряд особенностей, которые отличают ее от вещной собственности: результаты интеллектуальной деятельности в отличие от объектов вещных прав имеют идеальную природу и являются нематериальными объектами; результаты интеллектуальной деятельности не подвержены износу, амортизации. Они могут устаревать лишь морально; право на творческий результат неразрывно связано с личностью его создателя; права субъектов интеллектуальной собственности ограничены во времени и пространстве; имеются особенности при осуществлении в отношении объектов интеллектуальной собственности триады полномочий: владение, пользование и распоряжение.

Для урегулирования отношений, связанных с интеллектуальной собственностью, используется авторское и патентное законодательство, законодательство по защите от недобросовестной конкуренции. Право интеллектуальной собственности имеет территориальный характер, оно возникает, признается и защищается только на территории того государства, где создано произведение, зарегистрировано изобретение или открыт секрет производства.

Интеллектуальная собственность имеет двойственную сущность – она одновременно является и результатом творческой деятельности, и товаром. Двойственная сущность прав интеллектуальной собственности – причина того, что данная сфера регулируется как законодательством об авторском праве и праве промышленной собственности, так и правилами международной торговли. Эта специфика послужила причиной принятия в рамках ВТО Марракешского соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

Ю. С. СМЕРНОВА

Ивановский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОДИНАМИКА – НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Концепция «экономической социодинамики» (КЭС) – теоретическая концепция, описывающая экономические закономерности динамических процессов в социуме; отражает взаимодействие государства и рынка. В рамках КЭС государство – самостоятельный участник рынка, реализующий общественный интерес, не выявляемый в предпочтениях индивидуумов рыночными механизмами. Авторы концепции – Р. Гринберг и А. Рубинштейн. Побудительным мотивом к созданию теории экономической социодинамики послужило несовершенство либеральной экономической модели господствующей в те годы в умах прогрессивного мирового сообщества.

Ключевое понятие КЭС – социодинамический мультипликатор экономического роста, который функционирует в виде взаимодействия трех составляющих элементов. 1-й элемент – социальный эффект, который в концепции экономической социодинамики образуется вследствие действий государства, направленных на удовлетворение потребностей общества, и проявляется в виде качественного улучшения общественной среды. 2-й элемент – ярко выраженная склонность индивидуумов к созиданию, которая при определенных условиях побуждает их к использованию преимуществ улучшенной общественной среды. 3-й элемент – совокупность формальных и неформальных институтов, обеспечивающих соединение социального эффекта со склонностью индивидуумов к созиданию. От качества третьего, по своей сути коммуникативного элемента, в решающей мере зависит качество функционирования механизма социодинамического мультипликатора экономического роста. Если институты обеспечивают необходимую коммуникацию индивидуальной энергии созидания с преимуществами улучшенной общественной среды, тогда запуск механизма социодинамического мультипликатора экономического роста становится неизбежным. И с этого момента реализация интереса общества как такового начинает приносить индивидуальные выгоды.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

Д. А. ТАРЫГИНА
Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Впервые данная концепция социальной ответственности бизнеса была сформулирована в середине XX в. Согласно этой концепции, бизнес, помимо производства качественных продуктов и услуг в рамках правового поля, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом по выполнению различного рода социальных программ на безвозмездной основе.

В становлении и развитии концепции социальной ответственности бизнеса в XX столетии можно выделить три этапа: 1960-е – середина 1970-х гг., середина 1970-х – начало 1980-х гг., с начала 1980-х гг. Усилия предприятий и фирм, направленные на «прорастание в толщу общества», получили теоретическое обоснование в концепции «stakeholdersinterests», предполагающей многоаспектный учет интересов и ожиданий всех участников, которых затрагивает деятельность корпорации: работников, потребителей, поставщиков, инвесторов, акционеров, партнеров, регулирующих органов, профсоюзов, местного сообщества и т. п. Социальная ответственность предполагает изменение в поведении предприятия в экономической сфере. Социально ответственные предприятия имеют преимущества: повышение качества продукции (работ, услуг); формирование доверия и лояльности деловых партнеров; расширение маркетинговой ниши, увеличение объема продаж; финансовую стабильность бизнеса, доступ к инвестициям; положительная репутация предприятия, увеличение ценности бренда, формирование социального бренда; лояльность персонала, снижение рисков: финансовых, технических, социальных, экологических, и др.

Существует три уровня социальной ответственности: 1-й базовый уровень отражает выполнение предприятием своих прямых обязательств перед обществом и государством в соответствии с установленными правилами; 2-й уровень связан с развитием партнерских внутрифирменных отношений и гарантирует предоставление работникам социальных льгот; 3-й уровень предполагает реализацию социальных программ, обеспечивающих повышение качества жизни и улучшение среды обитания (природоохранная деятельность, благоустройство территории, обслуживание транспортной инфраструктуры региона).

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

О. О. ТЕРЕШОНОК

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ТРАДИЦИОННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Традиционная экономическая система основана на соблюдении исторически сложившихся обычаев, канонов религии, традиций, которые определяют технологию и средства производства, обмен, распределение и потребление экономических благ. Роль экономических агентов в традиционной экономике во многом определяется наследственностью и преемственностью экономических отношений, а также и делением общества на сословия. Решения вопросов: что производить, как производить и для кого производить – определяются в основном сложившимися веками традициями. В основе порядка распределения, обмена и потребления ресурсов и продуктов лежат обычаи. Внедрение новых техники и технологий осуществляется очень медленно, так как вступает в противоречие с обычаями и традициями, угрожает их сохранению, а значит стабильности существующего общественного устройства. В социально-экономической структуре традиционной экономики можно выделить коллективную (общинную) собственность на средства производства, частную семейную собственность, полуфеодалную собственность родоплеменной аристократии.

Основными чертами традиционной системы являются, во-первых, преобладание ручного труда. Во-вторых, производство, распределение и обмен основываются на обычаях, традициях и культовых обрядах. Религиозные, кастовые и культурные ценности первичны по отношению к новым формам экономической деятельности. В-третьих, экономическую роль домашних хозяйств определяют наследственность и кастовость. В-четвертых, технический прогресс резко ограничен, так как несет угрозу устоям традиционного общества. Вследствие этого темпы экономического роста незначительны. Причем, темпы роста населения превышают темпы роста промышленного производства. В-пятых, неграмотность населения, высокий уровень безработицы и низкая производительность труда. В-шестых, огромный внешний долг государства, который трудно ликвидировать. В-седьмых, большая роль государства и силовых структур (армии, полиции) в экономике и политике этих стран.

В настоящее время данная экономическая система функционирует наряду с элементами рыночной экономики приблизительно в 140 странах Азии, Африки и Латинской Америки.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

А. А. УХТИНА, Н. А. СМИРНОВА
Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ ГОСУДАРСТВА ВСЕОБЩЕГО БЛАГОДЕНСТВИЯ

Государство всеобщего благоденствия – политическая система, при которой специальная политика становится приоритетной деятельностью правительства и государство принимает на себя ответственность за благосостояние всех своих граждан, обеспечивая выплату пенсий, бесплатную медицинскую помощь, бесплатное образование.

Термин впервые вывел Л. фон Штейн. Наиболее полно концепция «государства всеобщего благосостояния» была сформулирована в 1942 г. У. Бевериджем в работе «Социальное страхование и союзнические услуги». Теория «государства всеобщего благосостояния» получила развитие в трудах Д. Мюрдаля, А. Пигу, К. Боулдинга, В. Мунда и др. А. Пигу в работе «Экономическая теория благосостояния» ввел понятие «экономического благосостояния», которое измеряется «национальным дивидендом», подчеркивал, что экономическое благосостояние является составной частью общего, автор отмечал, что минимум условий жизни человека не сводится к какому-либо одному аспекту. Значительную роль в теоретическом развитии концепции государства всеобщего благосостояния сыграла теория Дж. М. Кейнса, обосновавшего необходимость активного вмешательства государства в экономическую жизнь обществ. К. Г. Мюрдаль в книге «За пределы государства благоденствия» формулирует суть теории общественного благоденствия: чтобы «мирно и без революции – а фактически взамен революции – проводить в капиталистическом государстве скоординированную публичную политику, и при том с такой эффективностью, которая постепенно привела бы экономику страны в соответствие с интересами большинства граждан». Д. Белл в книге «Конец идеологии» называл отличительными признаками государства благоденствия смешанную экономику, децентрализацию политической власти и отсутствие в обществе идеологического противоборства вследствие удовлетворения интересов всех социальных слоев.

Экономический кризис 70-х гг. и последовавшие за ним события опровергли многие положения, содержащиеся в теории государства благоденствия. В настоящее время она утратила целостный характер и развивается преимущественно в исследованиях, посвященных отдельным проблемам общественного благополучия – компенсаторной и распределительной справедливости.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Б. Берендеева

А. А. ХОЛОША

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ЮЖНОЙ КОРЕИ

Южная Корея является страной, которая за короткое время превратилась из отсталой в страну с передовым производством. С 1960-х годов в Южной Корее наблюдается небывалый экономический рост, что позволило ей стать высокоразвитой индустриальной страной. Данное явление было названо «чудом на реке Хан». Примерно 40 лет назад уровень ВВП Южной Кореи был равнозначен уровню ВВП беднейших стран Африки и Азии. В 2004 г. она вошла в ранг мировых экономик с триллионным значением и на данный момент входит в двадцатку самых развитых экономик мира. В настоящее время весь мир пользуется продукцией, произведенной в Южной Корее, от автомобилей до мобильных телефонов.

Южнокорейскую модель экономического развития относят к одной из значимых моделей смешанной системы. Эта модель подразумевает стратегию, ориентирующую производство страны на экспорт, привлечение иностранных инвестиций, интенсивное внедрение в производство передовых достижений научно-технического прогресса. Заметную роль в экономике Кореи играет государство, активно используются элементы плановой экономики – пятилетние экономические планы. Южной Корее характерен интенсивный тип экономического роста, базирующийся на увеличении масштабов выпуска продукции путем качественного совершенствования факторов производства.

Следует отметить, что Южная Корея обладает очень ограниченными месторождениями сырья и в связи с этим в значительной мере зависит от импорта промышленного сырья и почти полностью – от импорта ископаемого сырья, например, в 2013 г. более 90 % энергии, потребленной в Республике Корея, было произведено из импортных энергоносителей. На данный момент южнокорейская экономика основывается прежде всего на производстве товаров народного потребления, таких как электроника, текстиль, автомобили, а также на сектор тяжёлой промышленности: кораблестроение, производство стали. Продукция этих отраслей производства является основным предметом экспорта. Сектор сельского хозяйства до сих пор находится под политикой протекционизма из-за серьёзного несоответствия уровня цен на сельскохозяйственную продукцию, например на рис, внутри страны и в мире.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

Т. В. ШИШКИНА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ЯПОНИИ

Экономика Японии – одна из самых развитых экономик мира. По размеру ВВП и объему промышленного производства Япония занимает 3-е место среди стран мира, после США и Китая. Развита высокие технологии (электроника и робототехника). Также развито транспортное машиностроение, включая автомобилестроение и судостроение, станкостроение. Рыболовный флот составляет 15 % от мирового. Сельское хозяйство субсидируется государством, но 55 % продовольствия (по эквиваленту калорийности) импортируется.

Япония имеет отличную от других западных стран социальную структуру, характеризующуюся дуализмом современной промышленной структуры. Основное место в занятости и производстве обрабатывающей промышленности принадлежит мелким и средним предприятиям. На фоне массы малых компаний быстро развивалась концентрация капитала в отраслях тяжелой промышленности, что привело к образованию гигантских объединений. Нередко крупные компании имеют несколько групп, когда сочетаются производственные и распределительные функции. В этом случае торговые компании располагаются между головной фирмой и сетью магазинов розничной торговли.

Для группировок финансового капитала характерно взаимное владение акциями компаний-участниц, но каждая из них владеет относительно небольшим пакетом акций других компаний.

Одной из характерных черт японской модели экономического развития является использование национальных традиций и особенностей рабочей силы. В стране длительное время пропагандировался принцип пожизненного найма. Трудовые отношения строятся на философии «фирма – наш общий дом». Использование рабочей силы в основном базируется на концепции «человеческого потенциала».

Экономическая модель Японии за последние десятилетия претерпела постепенные изменения от «полугосударственной» до более открытой и опирающейся на рыночные принципы. Так, многие промышленные компании перешли на принцип прямого финансирования (выпуск ценных бумаг, особенно акций, и других инструментов). При этом государственные органы выполняли функции административного регулирования хозяйствующих субъектов и протекционистской и патерналистской их защиты, уделяя первостепенное внимание стабильности хозяйственной среды.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. В. Боровкова

Секция
«ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ»
Подсекция 1
**«ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»**

Е. Д. БЛИНОВА
Ивановский государственный университет

**О СОСТОЯНИИ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПРЕДПРИЯТИЙ
ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РФ**

Пищевая промышленность – одна из стратегических отраслей экономики, призванная обеспечить устойчивое снабжение населения необходимыми по количеству и качеству продуктами питания. Одна из проблем российских предприятий пищевой промышленности – крайняя изношенность основных производственных фондов.

С 1990 г. инвестиции в основной капитал постоянно сокращались, что привело к массовому устареванию основных фондов, особенно их активной части. На 2014 год степень износа основных фондов в пищевой промышленности составила 47 %, удельный вес полностью изношенных основных фондов в их общем объеме равен 14 %. Несмотря на значительные инвестиции в пищевую промышленность коэффициент обновления основных фондов в последние годы неуклонно падает и к концу 2014 года достиг 6,9 %. Все это является главной причиной повышения импортных поставок до критического уровня, что угрожает продовольственной безопасности России.

При высоком износе оборудования невозможно производить качественную и конкурентоспособную продукцию, поскольку это увеличивает издержки предприятия из-за роста расходов на сырье. В связи с этим сырье становится менее качественным, что противоречит наблюдающейся тенденции: российские потребители все больше начинают заботиться о своем здоровье, т.е. требуют от компаний производить "экологически чистый" и полезный продукт.

Разработка принципиально нового оборудования, обеспечивающего глубокую комплексную переработку сырья на основе современных технологий, требует больших инвестиций в основной капитал предприятий пищевой промышленности. Однако нестабильное законодательство на территории нашей страны остается одним из основных факторов, сдерживающих инвестиции в пищевую промышленность, в первую очередь, со стороны иностранных производителей.

Таким образом, курс на импортозамещение и реформирование отечественной пищевой промышленности должен начинаться с обновления ее материально-технической базы, а для этого необходима эффективная воспроизводственная политика и мощная государственная поддержка.

Научный руководитель: ст. преподаватель О. И. Успенская

Ю. О. ВАРСАНОФЬЕВА

Ивановский государственный университет

ОБОСНОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Здоровье населения является критерием качества народонаселения, с которым связаны оценка уровня образования и культуры, профессиональной подготовки, производительности труда и т.д. Здоровье населения тесно связано с экономикой. С одной стороны, уровень экономического развития, благосостояния существенно отражаются на состоянии здоровья населения. С другой стороны, здоровье населения – это способность к воспроизводству трудового потенциала.

Статистическая методология предлагает обширный перечень инструментов для проведения комплексного и планомерного исследования сферы здравоохранения. Абсолютные и относительные величины дают возможность оценить масштабы, интенсивность, состав изучаемых процессов, например:

- число больничных организаций и санаторно-курортных организаций;
- число фельдшерских, акушерских и других пунктов;
- общую численность врачей;
- обеспеченность населения врачами по отдельным специальностям;
- обеспеченность населения больничными койками по специализации.

Средние величины, используются при оценке:

- физиологических показателей (средняя частота пульса, дыхания, АД);
- параметров физического развития (средний рост юношей 18 лет, средняя масса тела)
- при санитарно-гигиенических характеристиках (средняя жилая площадь на одного человека, среднее число бактерий в 1 мл);

- при количественном описании медицинских услуг (среднее число посещений в час, средняя занятость койки в течение года) и т.д.

С помощью рядов динамики можно определить скорость и интенсивность развития отрасли здравоохранения, выявить основную тенденцию развития, оценить сезонные колебания (например, для планирования обеспеченности медицинскими препаратами).

Комплексное использование различных статистических методов и показателей при анализе сферы здравоохранения позволяет получить полноценную и точную характеристику её состояния, сложившихся тенденций и основных факторов развития и управления.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

И. В. ДАВЫДОВА

Ивановский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СОЗДАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Как показывает мировая практика, малое предпринимательство играет большую роль в экономике любых стран, даже развитых, так как ему свойственны определенные преимущества.

К преимуществам малого бизнеса можно отнести: более быструю адаптацию к местным условиям хозяйствования; большую свободу действий субъектов малого предпринимательства; гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений; относительно невысокие расходы при осуществлении деятельности; большую возможность для индивидуума реализовать свои идеи, проявить свои способности.

Следствием перечисленных преимуществ является небывалый рост мелкого и среднего предпринимательства, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников.

Наряду с имеющимися преимуществами, малому предпринимательству присущи и определенные трудности в осуществлении деятельности, которые определяются как внутренними, так и внешними причинами, а также условиями функционирования малого предприятия. Чаще всего перед предпринимателями встают следующие проблемы: более высокий уровень риска, что обуславливает высокую степень неустойчивости положения МП на рынке; большая зависимость от крупных компаний; ошибки в управлении собственным делом; слабая компетентность руководителей.

Смягчить проявление существующих проблем и оказать значительную помощь малому предпринимательству призваны Федеральный фонд поддержки предпринимательства, фонды поддержки предпринимательства в регионах. Развитие малых предприятий стимулируется налоговыми льготами при производстве товаров и услуг, льготным кредитованием, предоставлением оборудования по лизинговым договорам и другими мерами.

Приступая к созданию малого предприятия, предприниматель должен обоснованно оценить все расходы, проанализировать целевой рынок, рассмотреть риски. И только после этого приступать к регистрации ИП или ООО, и созданию малого предприятия.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Сорокина

В. П. ЖУРАВЕЛЬ

Ивановский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

В начале 21 века имеется возможность вести свое дело буквально «на калькуляторе» – огромное множество информационных программ позволяет предпринимателям и бизнесменам сбросить со своих плеч значительный труд с помощью вычислительно-аналитических программ.

Система управления взаимоотношениями с клиентами – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Управление цепями поставок – управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект (снижение издержек, удовлетворение спроса на конечную продукцию).

ERP – организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством спе-

циализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения

MES – специализированное прикладное программное обеспечение, предназначенное для решения задач синхронизации, координации, анализа и оптимизации выпуска продукции в рамках какого-либо производства. MES-системы относятся к классу систем управления уровня цеха, но могут использоваться и для интегрированного управления производством на предприятии в целом.

Эти и другие готовые программные решения способны повысить эффективность современного бизнеса.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

О. И. ЗАПАРА

Ивановский государственный университет

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ИЗДЕРЖКИ», «ЗАТРАТЫ», «СЕБЕСТОИМОСТЬ»

Для оценки экономической эффективности деятельности предприятия необходима стоимостная оценка ресурсов, участвующих в этом процессе. Именно с этим связано происхождение терминов «издержки», «затраты» и «себестоимость». Данные категории всегда находились под пристальным вниманием теории и практики, тем не менее, однозначного подхода к понятиям в настоящее время не найдено. Некоторые авторы рассматривают понятия как идентичные, однако это не соответствует действительности. В процессе сравнения важно выделить принципиальные отличия между ними.

Современные концепции издержек основываются на факторе редкости ресурсов и их возможном альтернативном использовании. Издержки – это суммарные «жертвы» предприятия, связанные с выполнением определенных операций. Многие авторы считают, что «издержки» шире понятия «затраты», так как включают специфические виды затрат: потери от брака, гарантийный ремонт и др. Данный термин используется преимущественно в экономической теории и в экономическом анализе. Категория «затраты» больше относится к финансовой сфере. Издержки используются для оценки управленческих решений, поэтому они являются основным внутрипроизводственным индикатором анализа, а затраты – важный показатель для представления фирмы во внешней среде.

Главное сущностное содержание себестоимости заключается в том, что этот показатель выражает текущие затраты, определенные

законодательством. Остальная же часть издержек покрывается за счет прибыли предприятия. Такой подход ограничивает необоснованный рост цен и защищает потребителей от попыток производителя переложить на него часть своих издержек. Н. А. Харитоновна полагает, что отличие между себестоимостью и затратами в степени завершенности процессов производства и обращения. Себестоимость предполагает завершенность этих составляющих, а затраты имеют отношение к этим процессам вне зависимости от их завершенности.

Понятия «издержки», «затраты» и «себестоимость» являются важными экономическими категориями. Необходимость устранить различия в таких важных понятиях, как «издержки», «затраты» и «себестоимость» обусловлена тем, что это может способствовать принятию наиболее обоснованных управленческих решений и эффективной деятельности предприятия.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Л. А. Смирнова

А. С. КАЛИНИН
ЦТТ «Новация»

АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ВЕДУЩИХ СТАРТАПОВ

Существует несколько точек зрения на счет того, а какие же именно организации можно отнести к стартапам, а какие нет. Многие ученые характеризуют стартап, как предприятие с недолгой историей существования; компания, с короткой историей операционной деятельности. Но в тоже время, стартап это организация, реализующая свою деятельность с помощью иного подхода, создающая принципиально новый продукт или предлагающая новую услугу.

Критериями для оценки стартапов являются возраст компании, число сотрудников, прибыль и её рост, наукоёмкий характер продукта, контроль основателей над компанией и оценка потенциала компании экспертным жюри. Так, рейтинг стартапов ежегодно публикуют ведущие справочники и журналы, среди которых журнал Forbes.

По анализу экспертов за прошедший год ведущие положения заняли компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения для бизнеса. Самыми востребованными стали приложения по систематизации и урегулированию кадрового вопроса в бизнесе ("Slack" оценка \$2,8 млрд; "Porch" оценка \$500 млн; "Zenefits" оценка \$4,5 млрд. и др.). Также прочно укрепились стартапы, создающие бизнес приложения с аналитикой и визуализацией бизнес процессов ("Uptake Technologies" его рыночная оценка составляет \$1,1 млрд;

"Expensify" по оценке экспертов его стоимость составляет \$147 млн. и многие другие). В тоже время значительно снизилась доля стартапов занимающихся созданием новых социальных сетей, редактированием фотографий и видео.

Анализ новых рейтингов лидирующих стартапов прошедшего года показал, что все больше стартап идей направлены на сектор B2B. Бизнес стал главной целевой аудиторией стартапов 2015 года. В тройку лучших и самых дорогих стартапов вошли две идеи по внутренним вопросам ведения бизнеса, и одна идея по поиску сотрудников, предоставляющих услуги физическим лицам в вопросах ремонта и строительства.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

К. Н. КУРНАЕВА

Ивановский государственный университет

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Статистика свидетельствует: мировое производство текстильных волокон в 2014 году достигло 85,8 млн тонн, их среднее потребление на душу населения составило 12,2 кг. Такие рекордные показатели продемонстрированы благодаря динамичному росту производства химических волокон, объем выпуска которых сегодня составляет примерно 2/3 всего объема текстильных волокон. Самые высокие темпы роста сохраняют полиэфирные волокна, получаемые, главным образом, из полиэтилентерефталата.

В России в 2014 году было произведено 140 тыс. тонн химических волокон и нитей, а их потребление составило 347 тыс. тонн. Разница между этими показателями частично восполнялась за счет импорта. Так, импорт полиэфирных волокон и нитей в 2014 г. составлял почти 156 тыс. тонн, с 2001 года он вырос в 15 раз. Таким образом, видно, что в России существует дефицит выпуска химических, в том числе полиэфирных волокон и нитей. На существующих российских предприятиях полиэфирное волокно производится в основном из вторичного полиэтилентерефталата, полученного после рециклинга бутылок, и имеет сравнительно низкое качество. Качественное полиэфирное сырье приходится завозить из-за рубежа. Основными поставщиками данного в г. Иваново являются Белоруссия и Китай.

Отметим, что количество компаний-конкурентов в отрасли практически не изменилось и не только за последние 3 – 4 года, но и

на протяжении 5 – 7 лет. Это связано, прежде всего, с тем, что рынок в большей степени уже поделен и между лидерами на рынке и клиентами заключены партнерские отношения.

Вследствии этого, на рынке существует высокая конкуренция, и для того, чтобы удержаться на рынке и не потерять своих клиентов фирмы, работающих в данной отрасли, вынуждены устанавливать относительно небольшую наценку от 3 % до 7%, что значительно отличается от многих других отраслей. Если же наценка будет больше 7 %, спрос на продукцию будет существенно падать.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

С. Н. КУРТОВА

Ивановский государственный университет

О НЕОБХОДИМОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В 2014–2016 гг.

В условиях экономического кризиса, как правило, первым страдает малый бизнес, ведь он наименее защищен от внешних экономических воздействий. При этом государство старается развивать и поддерживать начинающих бизнесменов и небольшие предприятия, т.к. за счет этого кризис в нашей стране ощущается не так сильно.

Об этом свидетельствуют высокие темпы развития малого предпринимательства в России: с 2012 г. по 2014 г. количество малых предприятий выросло на 16,3 %, а оборот увеличился на 37,5 %. По состоянию на 1 января 2015 года в России было зарегистрировано 2 103,8 тыс. малых предприятий, что на 2,0 % больше, чем по состоянию на 1 января 2014 года.

Малый бизнес пользуется существенной государственной поддержкой. Только за 2015 год государство ввело: налоговые послабления, пониженные административные штрафы, либерализацию уголовных наказаний по экономическим статьям, расширило доступ малых предприятий к госзакупкам, ужесточило ответственность за мошенничество. Однако, был принят и ряд негативных мер: отменяется преимущественное право выкупа арендуемых помещений, увеличиваются штрафы за несоблюдение санитарных правил и нарушение прав потребителей.

Несмотря на все меры, предпринятые государством по поддержке малого бизнеса, следует отметить, что доля малого бизнеса в ВВП России в 4 раза меньше, чем в зарубежных странах, всеми мерами

поддержки малого бизнеса в России охвачено всего около 1-2 % представителей данной сферы. Малые предприятия России в своей деятельности сталкиваются с большими трудностями. Основная проблема малых предприятий – недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая.

В итоге можно отметить, что государство должно и дальше поддерживать малый бизнес, особенно в условиях кризиса, однако эта поддержка должна быть более целенаправленной и адресной.

Научный руководитель: ст. преподаватель О. И. Успенская

А. В. МАЛЯЕВ
ЦТТ «Новация»

ОБЗОР СТАРТАПОВ ГОРОДА ИВАНОВА

Ивановская область, некогда крупнейший центр текстильной промышленности и машиностроения нашей страны, сегодня – один из наиболее бедных и неблагополучных регионов России. В последние годы область неизменно находится в конце списка из 89 субъектов РФ по уровню доходов. На данный момент большее количество стартапов основаны на повышении благополучия, образования подростков и детей. Например, праздничные агентства для детей.

Агентства предлагают комплекс профессиональных услуг по организации детских и подростковых праздников с выездом к заказчику. Сценарии агентства разработаны профессиональными сценаристами с профильным образованием и большим опытом работы с детьми. Сегодня клиентам предлагается множества различных программ!

Но и есть стартапы, в которых используются и новые технологии. Например, беспроводные зарядки. Беспроводная зарядная система представляет собой комплект, состоящий из двух элементов: база (зарядная станция) и приемник (ресивер). База интегрируется в поверхность интерьера (столешницы столов, барные стойки, подлокотники, тумбочки, и др.). Приемник, имеющий привлекательный внешний вид, подключается к телефону и размещается на поверхности базы. Таким образом, телефон с красивым брелочком просто лежит, например, на столике в кафе, и пока вы пьёте кофе, он заряжается. Система использует стандарт Qi, который поддерживают более 150 мировых производителей смартфонов.

Существуют проекты, нацеленные на использование технологий дополненной реальности в образовательном процессе. Благодаря рас-

ширению возможностей преподнесения информации, повышается восприятие и усвоение материала.

В нашем городе мало уделяется внимание технологиям и больше детям и подросткам, но это не так уж и плохо, даже наоборот, они смогут проводить меньше времени за компьютерами телефонами и планшетами и больше развиваться.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

Д. Д. ПАТРИКЕЕВА

Ивановский государственный университет

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ХАРАКТЕРИСТИКА И ПРОБЛЕМЫ

Сельское хозяйство – вторая важнейшая отрасль современного материального производства. Именно оно позволяет получить продукты питания населению, производит сырьё для многих отраслей промышленности, служит местом работы самих сельскохозяйственных производителей.

Сельское хозяйство Ивановской области не имеет ярко выраженной специализации, оно типично по «набору» культур и видов скота для Нечерноземной зоны страны. В структуре сельского хозяйства региона (по объёму выпуска) преобладает животноводство (более 55%). В животноводстве наиболее развито мясное и молочное скотоводство, птицеводство (куры), в меньшей степени овцеводство (романовская) и коневодство (владимирские тяжеловозы). Отрасль растениеводства базируется на производстве пшеницы, ржи, овса, ячменя, кормовых культур. Небольшие площади заняты картофелем, льном-долгунцом и овощами. Самыми плодородными в нашей области являются почвы крайнего юго-запада в Гаврилово-Посадском районе.

Сельское хозяйство нашей области имеет ряд проблем:

- низкие объёмы производства по отдельным категориям сельскохозяйственной продукции
- низкая рентабельность
- отсутствие гарантированных рынков сбыта
- использование изношенного парка техники
- применение устаревших технологий
- низкий уровень оплаты труда.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

С. В. СМИРНОВ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМА КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Нехватка финансов – одна из наиболее значимых финансовых проблем малого бизнеса, не менее 40 % владельцев малого бизнеса указывают ее в числе острейших.

Считается, что проблема нехватки финансов – составная. Это и проблема нехватки стартового капитала, и проблема недоступности кредитных ресурсов для развития уже существующего бизнеса.

Проблема финансирования является актуальной на протяжении всего жизненного цикла компании. Так, недостаток средств для создания компании, отмечают около половины владельцев малого бизнеса. Основным источником финансирования на данном этапе выступают личные сбережения и средства друзей и знакомых. Банковские займы доступны только малой доле предприятий. По мере развития бизнеса потребность в денежных ресурсах еще больше возрастает: на нехватку средств обращают внимание уже 60% предпринимателей, чьи фирмы работают больше года.

Итак, проблема нехватки финансов затрагивает большую часть предприятий малого бизнеса. При этом малый бизнес, в основном, вынужден рассчитывать на собственные силы. Банковские кредиты выступают в качестве источника финансирования крайне редко, то есть финансирование малых предприятий лишь в небольшой степени связано с кредитованием.

При этом кредитование малого бизнеса представляет значительный интерес для банков в силу высокой доходности этих операций и сравнительно небольших сроков оборачиваемости ссудного капитала (1 – 2 года). Да и зависимость малых предприятий от заемных средств, в том числе банковских кредитов, значительно выше, чем у крупных хозяйствующих субъектов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

Е. А. СМЕРНОВА
Ивановский государственный университет

ГРЕЙДИНГОВАЯ СИСТЕМА ОПЛАТЫ ТРУДА: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Термин «грейд» в переводе с английского означает располагать по степеням, ранжировать. Система грейдов предполагает наличие в организации четкой иерархической структуры, которая строится на расположении должностей по соответствующим грейдам в зависимости от различных факторов: сложности и напряженности труда, квалификации работника, условий труда и т.д. Данная система часто имеет балльную оценку. В зависимости от полученного количества баллов конкретная должность относится к определенному грейду. Даже попавшие в один грейд сотрудники не получают один оклад. Внутри каждого грейда рассчитываются размеры "вилки", в рамках которых варьируется зарплата сотрудников.

Основными предпосылками грейдинговой системы являются: непрозрачность фонда оплаты труда; размытость тарифной сетки; снижение мотивации работника, как следствие того, что оплата для новых должностей в компании необоснованно выше оплаты давно работающих сотрудников; работники фирмы оценивают оплату труда как несправедливую.

Как и любая другая система грейдинг имеет свои преимущества и недостатки. Грейдирование позволяет создать прозрачный и справедливый инструмент начисления заработной платы; увеличить эффективность использования ФОТ от 10 до 50%; снизить текучесть кадров; повысить уровень мотивации сотрудников; позволяет заинтересовать потенциальных кандидатов на рынке труда; уменьшить эффект «выгорания» сотрудников, находящихся длительное время на одной должности. Недостатки грейдинговой системы заключаются в том, что требуется довольно длительное время для её внедрения, высокие расходы на разработку системы и кроме того разработка условий перемещения между грейдами может вызвать различные проблемы (финансовые, психологические, организационные и др.).

В России внедрение грейдинговых систем началось совсем недавно. В числе российских первопроходцев были Альфа-банк, «Русский продукт», «Российский алюминий», ТНК-ВР, «Вимм-Билль-Данн», «Вымпелком», «Ростелеком», «Лебедянский» и некоторые другие.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Л. А. Смирнова

А. А. ТОКУНОВ

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕКСТИЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ

В условиях сложившегося экономического кризиса экономика России демонстрирует свою низкую эффективность. На наш взгляд, для выхода из данного затяжного кризиса первостепенной задачей государства должна стать активизация сектора промышленного производства. Реализация кластерных инициатив остается одной из основных надежд российской экономики на подъем.

Для повышения эффективности проводимых государством мероприятий по поддержке кластеров все больше назревает необходимость в разработке методики оценки функционирования кластеров, которая бы учитывала их отраслевую специфику. Например, для оценки эффективности текстильно-промышленных кластеров необходимо учитывать следующие особенности:

1. Преобладание малого и среднего бизнеса в отрасли;
2. Перспективность переориентации производства на технический текстиль;
3. Широкое применение отраслевого бренда для продвижения продукции;
4. Недостаточная обеспеченность квалифицированными кадрами;
5. Глубокий износ производственных мощностей;
6. Высокая ресурсоемкость применяемых технологий;
7. Низкие показатели экспорта готовой продукции;
8. Слабые связи между предприятиями и научными учреждениями (стремление к самостоятельности);
9. Отсутствие инфраструктурных элементов поддержки отраслевого бизнеса (бизнес-инкубаторы, технопарки и т.д.);
10. Высокая зависимость текстильщиков от импортного сырья.

Данные особенности учитывают такие показатели, как доля субъектов МСП в общем составе участников, доля технического текстиля в выпуске, использование кластером регионального бренда, численность отраслевых специалистов, коэффициент обновления фондов, доля успешно внедренных разработок в общем объеме НИР и ОКР и др. Измеряя данные параметры мы можем контролировать ход развития кластера и направлять усилия участников в нужное русло.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Р. С. Ибрагимова

А. А. ХОРШУНОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Продукция сельского хозяйства – основной источник обеспечения продовольствием населения страны, что, несомненно, имеет не только ярко выраженное народнохозяйственное значение (прежде всего, в деле обеспечения продовольственной безопасности страны), но и социальное значение.

На современном этапе развития сельского хозяйства сохраняются неблагоприятные общие условия функционирования сельского хозяйства: неудовлетворительный уровень развития рыночной инфраструктуры, изношенность основных производственных фондов, рост цен на основные потребляемые отраслью ресурсы и, прежде всего энергоресурсы. Важнейшая проблема - финансовая неустойчивость отрасли, обусловленная нестабильностью доходов, накопленной декапитализацией, а также недостаточным притоком частных инвестиций.

Девальвация рубля и эмбарго на поставку из стран Европы и США продовольственных товаров спровоцировали резкий рост продовольственной инфляции. В условиях снижения реального уровня доходов россияне вынуждены экономить даже на продуктах питания. После повышения ключевой ставки до 17%, стоимость заемных средств для аграрного бизнеса выросла на 8,2 п.п. За 2014 г. объем просроченной задолженности среди компаний аграрного сектора вырос более чем на 30% и достиг отметки 110 млрд. руб. При этом уровень просрочки сельскохозяйственных предприятий в целом по банковской отрасли за год вырос с 4,3% до 6%. Доля убыточных предприятий по итогам 2014 г. в сельском хозяйстве составила 21% при общем объеме убытка в 72 млрд. руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что на современном этапе сельское хозяйство России находится не в лучшем состоянии. Государству необходимо усилить поддержку аграрного сектора в виде льгот по кредитам, субсидий, списания части задолженностей. Однако следует отметить, что такая поддержка должна быть адресной. Необходимо помнить, что от развития сельского хозяйства напрямую зависит продовольственная независимость Российской Федерации.

Научный руководитель: ст. преподаватель О. И. Успенская

А. М. ШИЛОВА

Ивановский государственный университет

ЦЕЛЕВЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЖИЛИЩНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО

Одной из основных исходных потребностей человека является потребность в жилище. В дореформенный период право граждан на жилище в основном обеспечивалось «распределением жилой площади» из государственного и муниципального жилищного фонда. С переходом к рыночной экономике граждане удовлетворяют жилищные потребности за свой счет.

На фоне достаточно низких российских показателей в сравнении с развитыми странами (например, уровень обеспеченности жилой площадью в России в 2014 году составлял 23,4 кв.м на одного человека, во Франции этот показатель 37 кв.м, в Германии 60 кв.м) степень отставания становится все более внушительной.

В связи с этим решение жилищной проблемы для государства становится одним из приоритетных направлений. Особым инструментом государственного финансирования инвестиционного характера является реализация целевых программ, как федеральных, так и региональных и муниципальных.

Целевые программы являются эффективным инструментом финансового обеспечения инвестиционных проектов и представляют собой увязанный по ресурсам, исполнителям и срокам комплекс мероприятий, обеспечивающих эффективное решение задач в нашем случае в жилищной сфере.

На сегодняшний день на федеральном уровне действуют несколько программ, направленных на государственное финансирование обеспечения жильем населения. Наибольший объем средств выделяется в рамках программы «Жилище», общий объем финансирования Программы в 2015 – 2020 годах составит 691,82 млрд. рублей, в том числе за счет средств федерального бюджета – 357,92 млрд. рублей; за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов – 105,31 млрд. рублей; за счет средств внебюджетных источников – 228,59 млрд. рублей.

Сектор жилищного строительства играет особую роль в процессе формирования качества жизни населения. Являясь одним из базовых элементов макроэкономической системы государства, он выполняет целый ряд функций, в том числе и социальную.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Сорокина

А. А. ШОЛИЧЕВА
ЦТТ «Новация»

РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Кризис, начавшийся на территории нашей страны два года назад, затрагивает в той или иной степени каждую из отраслей экономики. Так, руководитель ПАО "Сбербанк России" утверждает, что это самый глобальный банковский кризис за последние 20 лет.

Большие изменения кризис внес и в предпринимательство, особенно в производственный бизнес. Он вынуждает производителей повышать качество товара, при этом понижая его цену. В сложившихся условиях тот бизнес, который был раньше либо существенно изменяется, либо исчезает с рынка.

По данным Росстата количество малых и средних предприятий на территории России неуклонно снижается. На это оказало влияние и снизившаяся покупательная способность граждан, значительное повышение уровня безработицы в ряде регионов и падение рубля.

Но, наряду с негативными факторами, кризис дает толчок для развития новых направлений и улучшения старых. С рынка исчезают фирмы с неустойчивой позицией, в данном случае кризис выступает как естественный отбор – выживает сильнейший. В тоже время, после введения санкций, запрета торговли многих иностранных товаров на территории Российской Федерации, прекращения экономического сотрудничества с рядом стран, многие крупные иностранные компании покинули рынок, а для российского предпринимательства открылись новые ниши.

Однако риски есть и в освободившихся отраслях производства. Если предприниматель хочет открывать свой бизнес в отрасли предприятия, которое было закрыто из-за санкций, то он должен в полной мере понимать всю сложность данной ситуации. Во-первых, велика вероятность того, что предприятие закрылось не только из-за санкций, но и из-за невыгодности производства. И во-вторых, в РФ, на данный момент, экономика не стабильна.

Неопределенность и риск – главная трудность и главный шанс бизнеса. Также как и в любых других условиях, российскому производителю следует в первую очередь оценить, что требуется покупателю, а уже потом создавать новое бизнес направление.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

Подсекция 2
**«АКТУАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ
АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКОВ
И ПРЕДПРИЯТИЙ»**

Р. А. АЛИЕВ
ЦТТ «Новация»

ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Закрытие крупномасштабных курортов, таких как Египет и Турция, для российских туристов дало новые возможности для курортов нашей страны. По данным многих исследований, в 2016 году российские курорты ожидает небывалый поток туристов.

Государство в свою очередь старается поддержать данную отрасль и максимально развить внутренний российский туризм. Для данной отрасли выдвигаются дополнительные льготы в налогообложении, также рассматривается законопроект об уменьшении стоимости российской визы для иностранных туристов (планируется снижение ее стоимости до 20 долларов с одного туриста, стоимость визы на данный момент составляет порядка 50\$ США).

По минимальным подсчетам, один только город Сочи рассчитывает принять на миллион человек больше, чем в прошлом году. При этом цены курорта идут на одном уровне с закрытыми для российского туриста направлениями. Заметная активизация Северного Кавказа и присоединение Крыма в состав РФ сыгряют огромную роль для возможности выбора курорта на свой вкус.

Дополнительным фактором, повлекшим снижение зарубежных поездок российских граждан, является снижение стоимости национальной валюты. В сложившихся условиях заграничный отпуск становится просто не по карману многим нашим согражданам.

Помимо вышперечисленных городов, есть такие же достойные города-курорты, как: Эссентуки, Минеральные Воды, Анапа, Кисловодск, города Абхазии и др.

Так почему же российские курорты, предлагающие услуги по аналогичной стоимости с Турцией и Египтом не были востребованы до закрытия данных направлений? Здесь наряду с вопросом цен выступает и вопрос сервиса, и тут ситуация складывается иначе. Сервис, предлагаемый в России и в Турции за одну и ту же стоимость, существенно отличается. При этом в России он ниже по уровню. Одним из факто-

ров, влияющих на это, является то, что стоимость рабочей силы в нашей стране выше.

Таким образом, для российского туризма кризис открыл новый путь развития.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

А. А. АНТОНОВА, В. Э. ФЛИККИНГЕР, А. А. ФАРАФОНТОВА
Ивановский государственный университет

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ШВЕЙНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «КЛАС-КО»

На территории Иванова и Ивановской области существует большое количество швейных предприятий, специализирующихся на пошиве постельного белья, детской одежды, спец. одежды и т.д. В виду этого на территории области существует жёсткая конкуренция между предприятиями. Также в последнее время на отрасль сильно влияет (негативно) экономическое состояние страны. Конкуренция и кризис ведут к снижению прибыли на предприятиях.

Компания «Клас-Ко» занимается пошивом постельного белья и одежды для новорожденных и детей до 7 лет. Основная проблема управления – сокращение объёма заказов. Для решения данной проблемы нужно провести маркетинговое исследование.

Основной причиной падения продаж, на наш взгляд, является не налаженная система продвижения, а именно отсутствие системы стимулирования сбыта. В систему стимулирования скидок может входить:

- Предоставление скидок с цены за объёмы (кумулятивные, некумулятивные скидки).
- Предоставление скидок за включение нового товара вкупаемый ассортимент.
- Предоставление представительских материалов с рекламой торговой марки производителя.
- Предоставление представительских материалов с рекламой торговой марки производителя.

Для исследования данной проблемы мы можем провести анкетирование среди клиентов предприятия. Для этого генеральную совокупность (все клиенты предприятия КЛАС-КО) можно разделить на однородные районы (по степени удаленности от предприятия). Затем осуществим простую случайную выборку – с помощью таблицы случайных чисел - каждому представителю популяции присваивается но-

мер и затем путем генерации случайных чисел (например, на основе датчика случайных чисел) выясняется, какие номера избраны.

Выбранным клиентам будет разослан анкетный лист на выявление проблемы стимулирования сбыта.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

Н. В. БИРЮЧЕНКОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЮВЕЛИРНОГО РЫНКА РФ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Ювелирный рынок является особым сегментом национально-го и международного рынка ввиду особенностей товара и особенностей организационной структуры этого рынка. В настоящее время на российском рынке ювелирных изделий сформировались определённые тенденции. Самая актуальная из них заключается в том, что на стоимость единицы изделия наиболее весомую роль играет не только масса драгоценного металла, но и бренд производителя.

Важнейшим индикатором состояния ювелирной отрасли является изменение объёма продаж пробированных и заклеянных изделий по количеству единиц и массе. Информационной базой такого анализа являются данные Пробирной палаты РФ, где собираются данные из государственных инспекций пробирного надзора.

Проанализировав данные Пробирной палаты РФ, можно сделать вывод, что золото и серебро российского производства имеет устойчивую тенденцию к росту по массе. По официальным статистическим данным предложение ювелирных изделий, начиная с 2000 года и по настоящее время, возрастает. Исключением являются 2009 г. и 2011 г.

Российский ювелирный рынок слабо структурирован: наряду с крупными производителями ювелирной продукции на розничном рынке существуют огромное число средних и мелких предпринимателей. Наблюдается тенденция к постепенному укрупнению отечественного ювелирного бизнеса. Но на протяжении последних лет на российском ювелирном рынке сформировался ряд крупных «игроков», которые доминируют в характеристиках трендов.

В ювелирной отрасли ведущее место занимает производство ювелирных изделий из серебра. Под влияние ряда конъюнктурных факторов многие предприятия, отказываясь от производства изделий

из золота, перешли к обработке серебра, т.к. это является мало рискованным проектом, из-за стоимости сырья и легкости изготовления.

Ювелирные бренды России, стремительно развиваясь в настоящее время, демонстрируют тенденцию к росту собственных конкурентных преимуществ перед иностранными компаниями.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. А. Денисова

В. Г. БОЛЬШАКОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ФИЛИАЛА ООО «ДНС НН-ПЛЮС» В ТЦ «ПАЗА» (Г. ИВАНОВО)

Ассортиментная политика является одной из важнейших составляющих конкурентной стратегии компании. В филиале ООО «ДНС НН-плюс» применяются два вида ассортиментной политики: товарная дифференциация, предполагающая выдвигание товаров собственного производства, и товарная диверсификация, предполагающая значительное расширение ассортимента реализуемой продукции.

В структуре ассортимента филиала ТЦ «Плаза» основной товарной группой, т.е. товарами, формирующими наибольшую часть выручки, выступают сотовые телефоны, смартфоны и аксессуары; компьютеры и периферия. Согласно совмещенному АВС-XYZ-анализу смартфоны, сотовые телефоны, и еще ряд товаров являются наиболее стабильными и выгодными.

Анализ гармоничности ассортимента и определения жизненного цикла позволил заключить, что для увеличения выручки предприятию необходимо стимулировать продажи смартфонов и ноутбуков, поскольку данные товары находятся в стадии роста и, следовательно, наиболее перспективны. При этом наиболее значимыми для филиала оказались смартфоны, рентабельность которых в 2014 году составила более 21 %. Ассортимент таких групп товаров, как смартфоны и телевизоры представлен недостаточно глубоко. Коэффициент устойчивости смартфонов на протяжении исследуемого периода не изменялся, а коэффициенты устойчивости ноутбуков, телевизоров и планшетов возросли на 6,76 %, 20,89 % и 23,01 % соответственно. В целом, значения коэффициентов устойчивости всех групп товаров довольно далеки от оптимальных.

В связи с этим филиалу необходимо проведение оптимизации ассортимента, включающей ряд мероприятий: 1) расширение ассортимента смартфонов на основе изучения покупательских предпочтений;

2) разработка рекламной кампании, направленной на информирование потенциальных клиентов о начале продаж новинок самых покупаемых смартфонов разной ценовой категории; 3) оптимизация торговой площади и приобретение более современного и эффективного с точки зрения продаж торгового оборудования.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

Д. И. ВОДОЛАЗСКАЯ

Ивановский государственный университет

ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК УСЛОВИЕ СТАБИЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Планирование в настоящее время является важным аспектом деятельности предприятия. Одной из главных целей любого предприятия является обеспечение устойчивой положительной динамики основных показателей деятельности. Это свидетельствует о стабильности бизнеса.

В настоящее время многие предприятия отвергают планирование и аргументируют это двумя основными причинами. Во-первых, на новых предприятиях, по мнению управляющих, нет времени заниматься планированием, а в зрелых предприятиях многие управляющие считают, что до сих пор прекрасно обходились и без формального планирования, а значит, оно не может иметь существенного значения. Во-вторых, руководители и специалисты предприятий не желают заниматься подготовкой планов в письменном виде, так как, по их мнению, ситуация на рынке меняется слишком стремительно, чтобы от плана была какая-то польза. Но большинство специалистов все-таки считают, что планирование необходимо и внимание предприятия к планированию должно усилиться, так как происходит усиление конкурентной борьбы, ресурсы на предприятии ограничены, внешняя среда не стабильна и т.д.

На малых предприятиях должен составляться бизнес-план, так как он является важным инструментом развития. Бизнес-планирование реализует элементы стратегического и оперативного планирования. В рамках стратегического планирования определяется политика предприятия, формулируются цели и выбирается стратегия развития. В оперативном планировании определяются конкретные действия по достижению поставленных целей. В рамках бизнес-планирования выделяются три основные области принимаемых управленческих решений: управление текущей деятельностью и развитием предприятия,

управление изменениями на предприятии, разовые решения по отдельным аспектам управления.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Сорокина

А. П. ГАЛКИНА, Д. В. ГОВОРОВА, Т. В. ПИСАРЕВА
Ивановский государственный университет

ОБОСНОВАНИЕ СХЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ПРИЧИН СНИЖЕНИЯ ВЕЛИЧИНЫ СРЕДНЕГО ЧЕКА В РЕСТОРАНЕ «ЯКИТОРИЯ» (Г. ИВАНОВО)

Ресторанный бизнес в России развивается очень активно. Но в настоящий период существует множество проблем: кризис, обостренная конкуренция, сокращение затрат на маркетинг. Все это сказывается на выручках ресторанов.

В качестве основной проблемы управления для исследуемого ресторана мы выделяем падение среднего чека. Для оптимального решения этой проблемы нам необходимо провести маркетинговое исследование. Маркетинговое исследование – это систематизированный процесс сбора, обработки и анализа информации о рыночной среде с целью принятия управленческих решений.

Проведя предварительное поисковое исследование для уточнения проблемы управления, мы выделили несколько причин сложившейся ситуации:

- 1) отток посетителей ТМ Евролэнд;
- 2) появление большого количества локальных конкурентов;
- 3) снижение расходов клиентов на посещение ресторанов и развлечения в период кризиса;
- 4) низкая мотивация персонала.

В качестве основной причины падения величины среднего чека мы выделяем низкую мотивацию персонала. Для исследования данной проблемы необходимо: указать группы опрашиваемых, определить численность выборки, выбрать методы сбора информации, разработать анкеты, провести опрос респондентов, систематизировать полученные данные и предложить пути решения проблемы.

Основной группой респондентов будут гости ресторана. Кроме того, в неформальной обстановке необходимо провести беседы с официантами на предмет выявления основных факторов неудовлетворенности своей работой. Также планируется опросить руководителей: менеджеров, администратора, директора.

Выбранная схема сбора информации и проведения анализа позволит комплексно рассмотреть возникшую проблему, выявить конфликты интересов представителей разных групп респондентов и разработать пути решения проблемы.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

Э. Б. ГАСАНОВ
ЦТТ «Новация»

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ В СПОРТЕ

Реклама в наши дни это бизнес. Использование рекламы набирает обороты в бешеном темпе. Спорт также не остался в стороне.

Заниматься спортом стало модно. Многие люди стремятся быть причастными к спорту. Видов спорта сотни, они удовлетворяют потребности различных целевых сегментов. И, стоит подчеркнуть, что у каждого спорта есть определённая атрибутика, образ, облаченный в символы, образы, спортивная форма.

Спортсмены и спортивные команды, которые поднимаются на пьедестал - сразу же попадают в топ не только в глазах зрителей, но и рекламы. Чемпион является всегда кумиром. И люди повторяют за ним все. Все что он ест, носит и то, что использует. Именно поэтому мы видим спортсменов в рекламах и публикации в их социальных сетях определенных вещей, которые они используют. Именно поэтому популярные спортсмены имеют миллионные контракты с рекламодателями.

Кроме спортсменов и их формы, которые являются носителями рекламы в спорте, площадкой для размещения информации о товаре является спортивное снаряжение, площадки, арены, трибуны и т.п.

Подобное размещение очень выгодно, так как на спортивные мероприятия приходят много человек. Кроме того, существуют и трансляции на еще большую аудиторию.

Таким образом, использование «спортивных» носителей для трансляции информации для заинтересованной целевой аудитории является весьма эффективным.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

Д. С. ГОЛОВКИН
Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОТРАСЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Повышение эффективности деятельности предприятия в условиях усиливающейся конкуренции на рынках является приоритетной задачей управляющего персонала. Одним из широко используемых для управления эффективностью предприятия категорий является экономический потенциал, который формируется на основе наличных ресурсов предприятия, его возможностей и компетенций.

Обеспечить эффективное функционирование предприятия, а значит, рост его экономического потенциала позволяет знание стадии жизненного цикла отрасли. Наиболее известный анализ концепции принадлежит М. Портеру, характеризующему каждую стадию жизненного цикла отрасли с точки зрения конкурентной динамики. Традиционная модель жизненного цикла отрасли предполагает четыре стадии развития: возникшая отрасль – растущая отрасль – зрелая отрасль – отрасль в состоянии упадка. На каждой стадии Портер присваивает отрасли определенные структурные характеристики, включающие число и размер фирм, уровень технологической и стратегической неопределенности, издержки, цены, покупателей, характеристики конкурентов и интенсивность конкуренции.

Во-первых, концепция жизненного цикла отрасли является инструментом конкурентной борьбы на рынке и дает возможность управлять поведением потребителей на рынке (маркетинговый потенциал). Во-вторых, учет стадии жизненного цикла отрасли позволяет оптимизировать производственный процесс и наиболее полным образом использовать производственные мощности (производственный потенциал). В-третьих, концепция жизненного цикла отрасли позволяет предвосхищать инновации на рынке и увеличивать инновационный потенциал. В-четвертых, анализ отрасли помогает выбрать эффективную структуру управления (потенциал организации и управления).

Однако до сих пор серьезной проблемой концепции жизненного цикла отрасли является оценка факторов эффективности деятельности компаний на разных стадиях жизненного цикла отрасли.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Р. С. Ибрагимова

А. С. ДУДОРОВ
Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В условиях роста нестабильности мировой и отечественной экономики, финансового кризиса, приводящего к увеличению числа угроз в виде нестабильности финансовых рынков, аномальных вариаций цен энергоносителей, изменения валютных курсов особенно острыми становятся проблемы обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности отечественных предприятий реального сектора экономики, в том числе строительных организаций. Устойчивое и стабильное финансовое состояние предприятия характеризуется профессиональным подходом к управлению теми факторами, которые определяют результаты хозяйствования. Многие отечественные предприятия успешно справляются с современными вызовами. Например, согласно результатам расчетов финансовой устойчивости и платежеспособности ООО «Центр строительных систем», ее положение можно охарактеризовать как финансово устойчивое. Так, в 2014 г. по сравнению с 2013 г. в отношении собственных оборотных средств характерен рост 143,7%, по показателю излишек и недостаток собственных и долгосрочных источников формирования запасов отмечается рост 114,9%. За период 2013 – 2014 гг. предприятие также имеет излишек основных источников формирования запасов. Положительно могут быть охарактеризованы и другие показатели, хотя ограниченные рамки публикации и не позволяют их отобразить.

Однако в условиях сохранения кризисных явлений в отечественной экономике, неблагоприятного для осуществления импортных закупок изменения валютного курса, продолжающегося санкционного давления для дальнейшей стабилизации и повышения финансовой устойчивости ООО «Центр строительных систем» необходимо стремиться к оптимизации структуры источников финансирования, т.е. пополнению источников формирования запасов за счет собственного капитала, а также к обоснованному снижению уровня запасов в ходе их планирования.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. А. Новиков

А. М. ЗАХАРОВ
Ивановский государственный университет

ДЕТСКИЙ МАРКЕТИНГ. РОЛЬ БРЕНДА В ЖИЗНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Различные мультипликационные герои и выдуманные персонажи уже десятки лет являются брендами различных предприятий. Большинство маркетологов подчеркивают, что вымышленные персонажи должны работать не только на поддержание корпоративного духа, но и притягивать потребителей, словно магнит. Например, известный бренд Walt Disney Микки Маус уже почти век приносит миллиардные доходы от продажи сувенирной продукции и мероприятий. Продажа брендов «с лицами» героев Walt Disney по разным оценкам в 2014 – 2015 гг. принесла несколько миллиардов долларов.

Хочется отметить, что бренд компании – это еще и лицо компании, поэтому из года в год нужно модернизировать героя и поддерживать его на высоком уровне, что бы главная целевая аудитория (в нашем случае – дети) не забывали об этом бренде, считали его авторитетом в необходимой области, прислушивались к его мнению.

С недавних пор мы смогли создать новый тренд в брендинге символов. Например: ЦТТ «Новация», совместно с ИМКА-Иваново (вслед за Центром запустили проект «ИМКАвенок мишка») «родили» символ под именем – Макар. Данный символ представляет собой уменьшенную модель автомобиля BMW Mini Cooper и уже пару лет имеет популярность среди воспитанников центра, педагогов, молодежных лидеров. Макар имеет свои собственные аккаунты в социальных сетях, а также в честь него открыто отдельное образовательное направление на базе Новации. Он любимчик целевой аудитории и незаменимый член креативной команды Центра.

Считаем, что именно эта «фишка» созданная нами позволит выйти детскому маркетингу на новый уровень. Данные инструменты, нацеленные на детскую аудиторию, повышают популярность героев среди не только детей, но и взрослых. Этот шаг даст старт освоению новых программ продвижения символа, улучшит продажи и, конечно выведет данные бренд-проекты на ритейл будущего.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

М. В. КАЛАЙЧЕВ

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ГЕНЕРИРУЮЩИХ КОМПАНИЙ

В современном мире, для успешного функционирования, любой компании необходимо эффективное управление оборачиваемостью оборотных фондов. Важной частью оборотных фондов является дебиторская задолженность.

Наличие дебиторской задолженности в компании оценивается неоднозначно. К плюсам относится возможность привлечения новых и удержание старых клиентов, за счёт отсрочки платежа. Компания, тем самым, может стимулировать рост прибыли и повысить рентабельность продаж.

К минусам можно отнести повышение риска несвоевременного погашения задолженности или вовсе невозврата средств. Такие финансовые потери компании приведут к снижению её реальной ликвидности и финансовой устойчивости. Ещё одним минусом является рост затрат на обслуживание дебиторской задолженности. В частности рост накладных расходов и расходов на персонал. Для успешного функционирования компаниям необходимо оптимизировать свою дебиторскую задолженность с помощью бенчмаркетинга.

В качестве примера рассмотрим деятельность территориальных генерирующих компаний, функционирующих на рынке энергоснабжения. Результаты анализа дебиторской задолженности данных компаний выявили существенные расхождения значений по каждому из основных показателей, таких как оборачиваемость дебиторской задолженности, период погашения дебиторской задолженности, доля сомнительной задолженности и т. п. Не смотря на то, что компании имеют схожую структуру и технологии, используют идентичные ресурсы и выпускают однородную продукцию. Всё это указывает на то, что территориальные генерирующие компании различаются по степени эффективности управления дебиторской задолженностью.

Менее эффективным компаниям необходимо изучить, проанализировать и использовать опыт компаний занимающих лидирующие позиции. В случае, успешного внедрения опыта у компаний возникнут резервы для дальнейшего роста и развития.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Г. Кайгородов

А. Е. КИРЬЯНОВ
Ивановский государственный университет

ЭВОЛЮЦИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ КОММУНИКАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ

В начале прошлого столетия основными эффективными коммуникациями выступали наружная реклама (в части афиш и красочных надписей на стенах домов) и реклама в печатных периодических изданиях. С помощью данных коммуникаций продвигали продукты и совершались революции.

Потеснив печатные издания и наружную рекламу, в жизнь потребителей врывается радио, а затем и телевидение. Эти инструменты на много десятилетий становятся приоритетными в получении информации. А в конце столетия телевидение обгоняет и радио, и, газеты, которые еще сохраняли свои позиции в некоторых сегментах рынка. И на более чем 30 лет становится чуть ли не основным коммуникационным инструментом.

Коммуникации на телевидении постоянно развивались и развиваются. От простых новостных блоков, рекламных заставок до интерактивного телевидения нового уровня. Приоритетность телевидения как основного средства коммуникации подтверждается громадными бюджетами, выделяемыми на продвижение не только продуктов, но политических идей.

В начале 21 столетия на смену традиционных коммуникационных инструментов приходит сеть Интернет. Набирая популярность у молодого поколения, по нашим прогнозам, коммуникационные инструменты, использующие в Интернет станут приоритетными для всего населения уже через 20 лет. Многие из современной молодежи уже не смотрят телевизор, не говоря уже о том, что не слушают радио и не читают газеты.

Уже сейчас Интернет может похвастаться коммуникационным бюджетом, который сравнивается с бюджетом телевидения. Что будет в будущем, какие это будут инструменты? Мы полагаем, что вся коммуникация перейдет непосредственно в «руки» пользователя – его телефон (или то, что будет вместо него) станет основным средством коммуникации. С помощью специальных программ и приложений пользователи смогут получать информацию о продуктах.

И. А. КИСЕЛЕВ

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рациональная организация запасов является существенным условием роста продуктивности использования оборотных средств. Главные пути совершенствования управления материальными запасами должны ориентироваться на достижение следующих результатов: рациональное использование; достижение ликвидности сверхнормативных запасов материалов; совершенствованию организации снабжения; оптимальному выбору поставщиков.

Из этого следует, что стратегия управления запасами обязана основываться на обеспечении платежеспособности предприятия и нахождении оптимального объема и структуры оборотных средств. В свою очередь, нахождение нужной потребности в оборотных средствах, также и запасах на предприятии устанавливает перед финансовым менеджером задачу выбора оптимальной структуры источников формирования оборотных средств.

Основная задача системы управления запасами должна состоять не только лишь в учете запасов на складе, но и в использовании современных моделей и правил восполнения запасов, в планировании оптимальных объемов закупок с выходом на финансовый контроль бюджетных и собственных средств, адресуемых на приобретение запасов и материалов, а также на стратегическое планирование запасов.

Для автоматизации системы управления материальными запасами на предприятии возможно использовать информационную систему StoreManagementSAP/R3. Основными задачами проектируемой автоматизированной системы управления запасами являются: увеличение эффективности управления материальными запасами; обеспечение контроля их расходов; повышение балансовой прибыли предприятия за счет понижения затрат на управление; оптимизация финансовых взаимоотношений с поставщиками сырья и материалов; увеличение мобильности сверхнормативных запасов материалов; обнаружение дефицитных позиций отдельных видов запасов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

Ю. В. КОТЛЯРОВА

Ивановский государственный университет

ВНЕБЮДЖЕТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ В БЮДЖЕТНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

Основные средства играют огромную роль в процессе труда, поскольку они определяют производственную мощь предприятия. На осуществление воспроизводства основных фондов воздействуют такие факторы, как наличие свободных финансовых ресурсов, техническое состояние и структура основных производственных фондов и т. д. В бюджетных организациях ввиду ограниченности средств, поступающих из бюджета, наиболее остро стоит проблема финансирования, так как процесс воспроизводства основных фондов, прежде всего, зависит от обеспеченности источниками поступления денежных средств.

Материальную основу финансовых отношений бюджетных организаций составляют их финансовые ресурсы. Расходы в отраслях, состоящих на сметном финансировании, часто совпадают во времени и объеме с расходами финансирующего бюджета или внебюджетного фонда, в связи с чем формируется иллюзия того, что это – единый процесс и, следовательно, в бюджетных организациях не происходит образования самостоятельных финансовых ресурсов. В действительности в процессе бюджетного финансирования не только используется бюджет, но и формируются отраслевые ресурсы, так как происходит передача средств бюджета от одного владельца и распорядителя к другому с последующим их распределением новыми распорядителями.

Образовательные учреждения имеют право привлекать финансовые ресурсы за счет предоставления платных дополнительных образовательных услуг, предусмотренных уставом, а так же добровольных пожертвований и целевых взносов юридических и физических лиц. Платные дополнительные услуги, оказываемые бюджетными организациями, имеют документальное подтверждение, разрешение, лицензию либо другие документы, подтверждающие право организации заниматься тем или иным видом деятельности, что вызывает большее доверие со стороны потребителей. Для формирования достаточного объема денежных средств и эффективного воспроизводства основных фондов, государственным учреждениям следует самостоятельно выбирать образовательные программы и предлагать широкий спектр платных образовательных услуг.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Сорокина

А. С. КОТОВА

Ивановский государственный университет

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Стратегия предприятия является необходимым условием ее успешного развития. В условиях, когда внешняя среда довольно трудно предсказуема, игнорирование стратегического аспекта деятельности может привести к неблагоприятным последствиям ведения бизнеса.

В прошлом, в условиях относительной стабильности, многие фирмы могли успешно функционировать, обращая внимание в основном на ежедневную работу, на внутренние проблемы, связанные с повышением эффективности использования ресурсов в текущей деятельности. Сейчас же исключительно важным становится осуществление такого управления, которое обеспечивает адаптацию фирмы к быстро меняющимся условиям ведения бизнеса, таким как появление новых конкурентов, снижение спроса, изменение конъюнктуры отрасли, появление новых технологических возможностей и др. Сама по себе необходимость стратегии предприятия обусловлена такими факторами, как:

- принятием оптимальных решений, связанных с будущим функционированием предприятия и наиболее полной реализацией имеющегося потенциала;
- согласованием текущей деятельности со стратегическими целями деятельности;
- обеспечением адаптации предприятия к меняющейся внешней среды путем формирования и реализации эффективных стратегий деятельности.

Независимо от того, большое предприятие или же это малый бизнес, потребность в наличии стратегии не уменьшается. Кроме того, для сравнительно небольшой организации «цена» стратегической ошибки может даже привести к банкротству. Таким образом, основным назначением стратегии является создание комплекса конкурентных преимуществ, для достижения успеха в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Следовательно, значение разработки стратегии, позволяющей фирме выжить в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе, чрезвычайно велико в условиях жесткой конкуренции.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Р. С. Ибрагимова

П. О. КРЮКОВ
Ивановский государственный университет

ТАРГЕТИНГОВАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Один из самых эффективных видов рекламы на сегодняшний день является таргетинговая. Она действует на конкретных посетителей и заинтересованных лиц в сети Интернет.

Понятие таргетинг происходит от английского слова target, что означает цель. Это в свою очередь рекламный механизм, с помощью которого можно выделить из всей существующей аудитории целевую часть и показать сообщение именно ей.

К положительным сторонам таргетинговой рекламы относятся следующие:

- доступность – таргетинг применяется во всех современных браузерах, социальных сетях и доступен для всех рекламодателей;
- наиболее простой и быстрый способ тестирования продукта и определения запросов;
- возможность подбора неширокой группы аудитории.

Расходы на контекстную рекламу (один из видов таргетинговой рекламы) у крупных компаний могут составлять миллионы рублей. Так по данным сайта «Adindex» из представленного рейтинга «Крупнейшие российские рекламодатели в 2015 году» лидерами по затратам на контекстную рекламу составили компании: «Nissan» – 520 млн. руб., «Volkswagen» – 387 млн. руб., «Сбербанк России» – 376 млн. руб.

Такой вид рекламы на сегодняшний день является популярным и набирает с каждым годом новых рекламодателей.

Если говорить о минусах, стоит отметить не достаточную мотивацию рекламного объявления, в отличие от продаваемых сайтов. Кроме того, соотношение пользователей интернета перешедших по рекламе и купивших продукт или услугу не высокое, а способы блокировки такого типа рекламного объявления различными дополнительными ПО становятся доступны и популярны.

Интернет – хорошее место для использования таргетинговой рекламы, но недостаточно совершенное. Вместе с высоким ростом числа пользователей интернета и правильной работой с целевой аудиторией, таргетинг может дать эффективный результат.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

В. В. КУЗЬМИЧЕВА
Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МК ОАО «КРАНЭКС»

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения и анализа внешней среды как условия устойчивого развития предприятия. Важнейшими факторами макросреды предприятия являются экономические, научно-технические, политические, демографические, природно-климатические, социально-культурные и правовые переменные. К факторам микросреды относятся поставщики, посредники, потребители, конкуренты и контактная аудитория. Основными переменными внутренней среды организации являются: цели, структура, задачи, технология и люди. Все внутренние переменные взаимосвязаны. Изменение одного фактора в определенной степени влияет на другие.

Сильное влияние на деятельность МК ОАО «КРАНЭКС» оказывает политическая нестабильность в обществе, влияние которой проявляется в снижении курса национальной валюты, уменьшении платежеспособного спроса населения, накаливании международной обстановки. В сложной ситуации оказалось МК ОАО «КРАНЭКС». Экономический кризис оказывает негативное воздействие на работу предприятия, что может привести к банкротству. В настоящее время в МК ОАО «КРАНЭКС» наблюдается снижение платежеспособности и финансовой устойчивости, в то же время, предприятие нуждается в кредитных ресурсах для дальнейшего развития.

SWOT-анализ показал, что продукция компании достаточно конкурентоспособна, так как предприятие обладает большим количеством сильных сторон: эффективная работа маркетинговых служб, широкий список потребителей (постоянных клиентов). Для компании появляются возможности открытия филиалов в других городах, более глубокого проникновения на международный рынок. Угрозами предприятия являются большое количество конкурентов, экономический кризис в стране. Но у предприятия огромный потенциал, который позволяет и дальше оставаться лидером на рынке экскаваторов.

Таким образом, существует необходимость постоянного мониторинга факторов внешней среды и разработки комплекса мер по уменьшению их негативного влияния на деятельность МК ОАО «КРАНЭКС».

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Сорокина

Т. О. МАРКОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ

В проведенном исследовании проанализирован спрос, предложение и их взаимодействие на рынке услуг сотовой связи в РФ. На первом этапе определена экономическая природа и структура рынка. Рынок услуг сотовой связи – это отношения между субъектами экономики, которые предполагают предоставление и потребление услуг связи в полном и/или частичном объеме, в наибольшей степени регулируемые государством. Ведущие позиции на рынке услуг сотовой связи в России занимают операторы: ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «Вымпел Коммуникации» и ОАО «Мегафон». Они контролируют более 70% рынка. Продукт отрасли связи обладает специфическими чертами: не имеет материальной формы, неразрывность во времени потребления продуктов связи и процесса их производства, информация только перемещается и не подвергается иным изменениям.

На втором этапе проанализированы факторы, формирующие спрос и предложение. На спрос оказывают воздействие потребительские вкусы, доход потребителей, их число и т.д. Факторы, влияющие на предложение, бывают внешние (финансовая политика государства, цены на ресурсы, инвестиционная привлекательность отрасли) и внутренние (технологии передачи информации и предоставления услуг).

На третьем этапе для оценки спроса и предложения предлагается модифицировать модель Дж. Майо и К. Мартинс-Фило и построить две регрессионные модели. Первая модель оценивает эластичность среднемесячного дохода на одного абонента по объему абонентской базы на рынке сотовой связи. Вторая модель строится для оценки структуры абонентской базы, оценки степени проникновения услуг сотовой связи в населенные пункты отдельного региона РФ. Реализация второй модели является логическим продолжением реализации первой. В первой модели величина абонентской базы включается в виде независимой переменной, во второй - объясняются различия в уровне абонентской базы между городами (районами).

Таким образом, исследование выявило отличительные особенности рынка услуг сотовой связи, определило его структуру в настоящее время и позволило построить эконометрические модели для оценки спроса и предложения в отрасли связи с учетом ее специфики.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Сорокина

А. Я. ОГОРОДНИКОВ
Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современной экономике компания может быть признана конкурентоспособной лишь в том случае, когда обеспечивает эффективность собственной деятельности на всех уровнях, а именно реализует свой собственный потенциал и получает наиболее высокий результат при определенном уровне затрат. Сама эффективность предприятия при этом может быть рассмотрена в разрезе как экономического, так и социального, экологического, социально-экономического характера.

Учитывая, что успешно управлять можно только тем, что конкретно измеряется, каждое предприятие должно представить эффективность своей работы как комплекс определенных показателей-метрик, которые, в конце концов, и смогут обозначить общую целостную картину эффективности. Внедрение данных показателей, "Ключевых показателей эффективности" можно назвать одной из приоритетных задач для предприятия в целом.

Эффективность деятельности предприятия не только характеризуется комплексом показателей, но и определяется комплексом факторов. Среди них наряду с НТП, совершенствованием организации и т.п. важную роль, на наш взгляд, играет маркетинговая деятельность как условие успешного функционирования и роста бизнеса. Любое предприятие должно разработать и научно обосновать собственную стратегию маркетинга, которая, в свою очередь, определит способы присутствия на рынке, товарную, ценовую, распределительную, коммуникационную политику предприятия.

Параметры маркетинговой политики предприятия напрямую отражаются на ключевых финансовых показателях эффективности предприятия, таких, как себестоимость, производительность, оборачиваемость активов, рентабельность. Как наука, направленная в первую очередь, на изучение рынка и, конкретно, потребителей, маркетинг позволяет удовлетворить наиболее полно потребности покупателей, обеспечивая социально-значимые результаты.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. А. Новиков

А. Е. ОСИПОВА

Ивановский государственный университет

ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В процессе финансово-хозяйственной деятельности у предприятия постоянно возникает потребность в проведении расчётов со своими контрагентами, налоговыми органами. Отгружая произведенную продукцию или оказывая услуги, предприятие, как правило, не получает деньги в оплату немедленно, т.е. по сути оно кредитует покупателей. Поэтому в течение периода от момента отгрузки продукции до момента поступления платежа средства предприятия омертвлены в виде дебиторской задолженности.

На настоящий момент существует актуальная проблема формирования эффективных механизмов и подходов управления дебиторской задолженностью, особенно в ситуации кризисного и посткризисного развития российской экономики последних лет, когда множество предприятий обанкротились, а кто смог перестроиться, столкнулись с проблемой платежеспособности и наличия свободных денежных средств.

Главным фактором, определяющим финансовое положение предприятия, является состояние его оборотных средств. Рациональной является такая структура оборотных средств, когда наибольшая их часть вложена в товарно-материальные ценности, а наименьшая в денежные средства и дебиторскую задолженность.

Поэтому на сегодня важнейшими проблемами, решение которых должно способствовать улучшению финансового состояния хозяйствующих субъектов, являются:

- анализ дебиторской задолженности, который должен быть направлен на выявление факторов, влияющих на рост дебиторской задолженности и определение резервов, направленных на ликвидацию неоправданной, «зависающей» задолженности и снижение её роста;
- правильная организация учёта дебиторской задолженности в связи с переходом на новый план счетов и новую систему бухгалтерского учёта.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Г. Кайгородов

М. Д. ПАНТЮШИН

Ивановский государственный университет

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ШВЕЙНОЙ ФАБРИКИ «АЙВЕНГО»

Швейная фабрика «Айвенго» функционирует на рынке монополистической конкуренции. Для него характерна разнородность продукции, а, следовательно, существует необходимость постоянной работы над повышением конкурентоспособности фирмы и ее товара. В связи с этим, в качестве стратегии выхода на рынок ПАО «Айвенго» должно использовать дифференцированный маркетинг. Его суть заключается в том, что фирма отбирает несколько сегментов рынка и для каждого из них разрабатывает специализированный товар.

Важным аспектом маркетинговой стратегии также является позиционирование товара. Выявив ключевые параметры разделения мужских костюмов (цена и статусность) на основе опроса и отразив позиции товаров конкурентов, можно сделать следующий вывод. На рынке имеется пустая зона: нет таких костюмов, которые стоили бы недорого, но в то же время подчеркивали статус человека, его благосостояние. Это отличная возможность для «Айвенго» позиционировать свой товар именно в этой области неудовлетворенного предложения.

Наиболее удачным методом ценообразования для «Айвенго» является установление цены с учетом цен конкурентов. При назначении цен огромное внимание уделяется качеству товаров. Именно оно является тем преимуществом, которое определит лидера на рынке и позволит увеличивать объемы продаж при одинаковом с конкурентами уровне цен. Также в комплексе ценовой политики необходимо предусмотреть систему скидок. Для стимулирования продаж «Айвенго» рекомендуется применять следующие программы скидок: 1) скидки постоянным покупателям (по карте постоянного покупателя) в размере 5 %; 2) скидки на старые коллекции в размере 10 %; 3) скидки с объема (обговаривается индивидуально с покупателем; использование прогрессивной шкалы: чем больше объем, тем больше скидка); 4) скидки в связи с началом учебного года в размере 10 %; 5) скидки в день рождения в размере 5 %; 6) рождественские и новогодние скидки в размере 10 %.

Совершенствование маркетинговой стратегии фирмы с учетом рассмотренных позиций позволит повысить эффективность её деятельности в условиях высокой конкуренции на рынке.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

К. Н. ПОЛЯКОВА

Ивановский государственный университет

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Ювелирные компании зачастую сегментируют свой рынок по нескольким принципам, таким как, демографический, социально-экономический и ситуационный.

Всю аудиторию потребителей ювелирных украшений можно разделить на группы по двум основным критериям, каждый из которых важен для близкого и детального знакомства с покупателями: **пол и возраст**. По данным последней переписи населения, в России женщин на 10 млн. больше, чем мужчин. А как показывают исследования, 80% решений о покупках принимают именно женщины. Украшения для женщин – это в первую очередь средство выражения стиля и индивидуальности. Что касается второй части аудитории, то если рассматривать мужчин как пользователей товара, а не как покупателей подарка, то можно заключить, что они обычно являются редкими или умеренными потребителями ювелирных украшений. По своей природе мужчины более рациональны, чем женщины, и поэтому не склонны переносить эмоциональное отношение на вещи. В зависимости от возраста происходит смена «ювелирных» вкусов и предпочтений людей, меняются также и их материальные возможности, влияющие на выбор более или менее дорогих изделий.

Следующим критерием является **доход**. По результатам многочисленных исследований можно выделить две основные группы покупателей ювелирных изделий: 1) покупатели со средними доходами и традиционными предпочтениями. Эта группа приобретает серийные изделия, преимущественно российских ювелирных заводов; 2) покупатели, чьи доходы достаточны, чтобы оценить не только металл, из которого изготовлено ювелирное изделие, но и бренд, и эксклюзивность модели. Эта группа чаще предпочитает импортные изделия.

Важным критерием сегментации является и **ситуация покупки**. На рынке ювелирных изделий наблюдается сезонность. Так, по оценкам специалистов, существует два сезонных пика продаж ювелирных украшений: в период праздников 14 февраля – 8 Марта и Новый год – Рождество. На эти праздники приходится более 70 % годового объема продаж, а вот лето считается сезоном с наиболее низкими продажами. Что касается места покупки ювелирных изделий, из экономических соображений выгоднее иметь свои магазины, так как расходы на аренду для ювелирной торговли обычно очень велики.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

А. В. РОМАНОВА

Ивановский государственный университет

МАРКЕТИНГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Одной из важнейших задач для фирмы является укрепление своего положения на рынке. Применение современных методов ведения бизнеса в немалой степени могут этому посодействовать. Одним из наиболее перспективных и привлекательных направлений маркетинговой деятельности являются интернет технологии.

Интернет – глобальная социально-коммуникационная компьютерная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий. Это эффективный инструмент развития торговли и бизнеса, а также воздействия на аудиторию.

Понятие интернет-маркетинг возникло приблизительно в начале 90-х годов прошлого века. Именно в этот период появились первые сайты, на которых фирмы стали размещать информацию о своей продукции. Интернет-маркетинг это целый комплекс процессов, включающий в себя продажу информационного пространства, продукты программного обеспечения, бизнес-модели.

Крупнейшие в мире поисковые системы, такие как Google, Yahoo и MSN сделали Интернет-рекламу рыночным сегментом, предлагая крупному, среднему и малому бизнесу новые возможности организации и проведения рекламных кампаний.

Как и классический маркетинг, интернет-маркетинг включает в себя главные элементы: товар или услуга, цена, продвижение, место продажи. Выгода использования маркетинговых технологий в сети Интернет заключается в их интерактивности, эффективном таргетинге, возможности быстро получить и проанализировать бизнес-стратегии компании. Основными составляющими интернет-маркетинга являются: медийная реклама, контекстная реклама, поисковый маркетинг, продвижение в социальных сетях, прямой маркетинг с использованием электронной почты, вирусный и партизанский маркетинг.

Сегодня интернет маркетинг – основа современного бизнеса, которая позволяет охватить максимально большую целевую аудиторию и сделать Интернет собственным инструментом продаж.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Е. Кирьянов

Ю. С. СИДОРОВА, Я. И. СУРИКОВА
Ивановский государственный университет

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ОТТОКА АРЕНДАТОРОВ В ТК «ТЕКСТИЛЬ-МАКС»

Иваново считается центром текстильной промышленности России. Ввиду этого на территории нашего города располагается ряд торговых комплексов, специализирующихся на продаже текстильной продукции. ТК «Текстиль-МАКС» также представляет площадку для размещения торговых точек текстильной направленности.

На данном этапе развития комплекса мы видим острую проблему, связанную с режимом оттоком арендаторов. Для оптимального решения этой проблемы необходимо провести маркетинговое исследование для выяснения основных причин сложившейся ситуации. Маркетинговые исследования – это сбор, обработка и анализ данных о рынке, конкурентах, потребителях, ценах, внутреннем потенциале предприятия в целях уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Основная причина оттока арендаторов по нашему мнению – это низкая конкурентоспособность торгового комплекса. Таким образом, мы можем сформулировать проблему исследования – выявление сильных и слабых сторон в работе ТК «Текстиль-МАКС» по мнению основных клиентов арендаторов комплекса – крупных оптовиков.

Основной группой респондентов станут постоянные оптовики, так как они совершают регулярные покупки в нашем ТК и имеют широкое представление об основных принципах его функционирования. Анкета для их опроса должна содержать ограниченное число вопросов, быть анонимной (для получения более объективных ответов). В вопросах могут быть отражены следующие аспекты: состояние парковки; удобство расположения магазинов, системы навигации; привлекательность торговых точек; место ТК «Текстиль-МАКС» среди остальных торговых комплексов, по мнению респондента; источники информации о данном ТК; рекомендации ТК для повышения качества оказываемых услуг. Большинство вопросов в анкете предлагается сделать закрытыми со шкалой вариантов ответов: «хорошо – удовлетворительно – плохо».

В дальнейшем подобные анкеты могут распространяться среди организаторов Шоп-туров, арендаторов, случайных клиентов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

М. В. ТЕТЕРИНА

Ивановский государственный университет

МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ТОВАРА КАК ЭЛЕМЕНТ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ

Для конкретизации решений, относительно характеристик, качества и образа товара необходимо придерживаться маркетинговой концепции товара. Рассмотрим ниже наиболее известные из них.

1) В соответствии с трехуровневой концепции продукта Е. Голубков в ядро ставит главные выгоды, которые предполагает получить потребитель, приобретая продукт, далее представлен сам фактический продукт с присущем ему свойствами (эксплуатационные характеристики, показатели качества, упаковка и дизайн). Условия доставки, оплаты, предпродажное и послепродажное обслуживание потребителя образуют усиленный продукт. Наряду с трехуровневой используют также двухуровневую концепцию продукта, которая в отличие от предыдущей содержит факторы-инструменты управления производителя продукта.

2) По Ф. Котлеру необходимо прорабатывать пять уровней товара, каждый из которых увеличивает потребительскую ценность товара.

В основе лежит главная ценность, преимущество, приобретаемое покупателем. Следующий уровень представляет основной товар, с конкретными потребительскими качествами. На третьем уровне идет набор условий и характеристик, ожидаемых потребителем и предполагаемые им при покупке, то есть ожидаемый товар. На следующем уровне формируют улучшенный товар, удовлетворяющий потребности сверх ожидаемых. Последний этап формирует товар с изменениями и совершенствованиями, которые могут добавить в будущем

3) С точки зрения Ж.Ж. Ламбена, товар – это «совокупность атрибутов», обеспечивающих потребителю специфичную для данного класса товаров «ядерную услугу», а так же ряд необходимых или добавленных побочных качеств. Необходимые услуги выражены рядом потребительских свойств товара, ожидаемых потребителем, добавленные же не связаны с «ядерной услугой».

Таким образом, общим в этих концепциях является идея о маркетинговой основе товара, его ядре. Следующие уровни конкретизируют свойства товара, и отражают добавленные блага.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. Г. Езерская

СОСТОЯНИЕ РЫНКА ЖИЛЬЯ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Жилищная проблема в России, обострившаяся в условиях экономического кризиса, определяет необходимость проведения жилищной реформы как неотъемлемой части стабилизации и осуществления структурных изменений в экономике.

В той или иной степени для всех российских регионов актуальны проблемы дефицита бюджета, износа жилого фонда, недостаточно предложения жилья экономического класса, высокой стоимости жилья и низкого платежеспособного спроса на него, слабой законодательной обеспеченности, административных барьеров и др.

Анализ рынка жилой недвижимости Ивановской области показал следующее: несмотря на стабильный рост жилищного строительства в регионе (за 2015 г. было введено более 260,2 тыс. кв. м. жилья, что на 3 % выше показателя 2014 г.), проблема обеспечения жильем по-прежнему остается актуальной. О масштабах потребности россиян в жилье можно судить по количеству граждан, стоящих на учете с целью улучшения жилищных условий: на конец 2014 г. больше 15,2 тыс. семей нуждались в жилье. Среди этих семей подавляющую часть занимают многодетные и молодые семьи. При этом лишь 8 % из числа нуждающихся получили жилье и улучшили жилищные условия.

На конец 2015 г. цены на новое жилье снизились на 5 % по сравнению с началом года и составили около 36 тыс. руб. за кв. м. жилья. Цены на вторичном рынке жилья выросли, однако не опередили инфляцию (на конец 2015 г. стоимость кв. м. жилья составила 45 тыс. руб.). В целом, первичный и вторичный рынки жилья находятся в состоянии спада, цены же при этом существенно не меняются. Однако, в нынешних условиях кризиса многие потенциальные покупатели перед угрозой финансовой нестабильности, снижения доходов и потери работы вынуждены отказываться от приобретения жилья.

В этих условиях ключевое значение имеет использование различных инструментов развития регионального рынка жилья: государственно-частное партнерство, софинансирование ипотечных кредитов, предоставление средств на льготных условиях, страхование рисков, рост доходов населения как фактор повышения доступности жилья.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. Г. Кайгородов

Ю. В. ШАРОВА

Ивановский государственный университет

ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА С ИЗРАИЛЬСКИМИ ПАРТНЕРАМИ, ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ И КОНТРАКТНОЙ РАБОТЫ

Ведение бизнеса с зарубежными партнерами в условиях прогрессирующей глобализации является неотъемлемой частью национальной экономики. При этом российские бизнесмены могут столкнуться с рядом вопросов и проблем. Одним из таких вопросов является: кого выбрать в качестве делового партнера?

В настоящее время экономика Израиля является динамично развивающейся. Множество наукоёмких производств сосредоточено в этом небольшом государстве. Миллиарды долларов инвестиций поступают туда ежегодно, и многие страны стремятся не только сотрудничать с израильтянами, но и открывать там собственные предприятия. Для Российской Федерации данное сотрудничество выгодно в первую очередь в таких отраслях как медицина, биохимия, IT-технологии, которые очень развиты в данной стране, а также вооружение. Соответственно, если рассматривать Израиль как потенциального партнера по бизнесу, нужно учитывать особенности делового общения с данной страной и ее контрагентами. Переговоры в этой стране ведутся преимущественно на английском, но в то же время большинство израильтян прекрасно владеют русским языком, поэтому ведение переговоров на русском также является распространенным в практике. Переговоры обычно проводятся быстро и целенаправленно, не выходя за оговоренные заранее временные рамки; любые устные соглашения израильтяне стремятся сразу переносить на бумагу. В контракте следует придерживаться четких сроков поставки товара, так как бизнесмены данной страны ценят точность в работе. Цену следует указывать без искусственного завышения, или с небольшим отклонением. Цена должна быть максимально обоснована. Кроме того, они любят обсуждать дела за едой, поэтому в традициях деловой жизни Израиля приглашать бизнес партнеров на ужин после работы. За трапезой разговор может идти как о профессиональных делах, так и о семейных. Если вас пригласили на деловой ужин домой, то подарок можно и не делать, хотя цветы хозяйке дома будут восприняты положительно. Особенным подарком может стать хорошая книга, так как израильтяне ценят и любят чтение.

Таким образом, для успешного подписания совместных договоренностей стоит учитывать особенности делового общения с данными контрагентами. Данный аспект является особенно актуальным в связи с текущей ситуацией на мировой арене: существенными изменениями в экономике и геополитике многих стран.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. А. Денисова

Секция
«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА»
Подсекция 1
«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

С. Э. БОДЯГИНА
Ивановский государственный университет

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ
И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

Конкурентоспособность товаров – решающий фактор коммерческого успеха на конкурентном рынке. Это понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за время эксплуатации.

Актуальность выбранной темы обусловлена проблемами повышения конкурентоспособности, как самих хозяйствующих субъектов, так и создаваемых ими объектов (товаров или услуг) в системе мирового хозяйства. Целью любого предприятия является достижение наибольших положительных результатов на рынке, получение максимальной прибыли и сохранение наиболее выгодных позиций среди конкурентов - всего этого добиваются за счет конкурентоспособности товара, которая основывается на его качестве и ряде других не мало важных показателей. В данной работе проводится исследование конкурентоспособности продукции ОАО«АвтоВАЗ», рассматриваются теоретические аспекты конкурентоспособности и методы ее оценки. Предлагаются следующие пути повышения конкурентоспособности продукции: повышение конкурентоспособности автомобильной техники путем применения стандартов, отвечающих международным требованиям; развитие специализированных мощностей по изготовлению узлов и агрегатов, в том числе двигателей внутреннего сгорания; проведение активной политики в области экспорта.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. А. Сокова

Ю. М. ВАСИЛЬЕВА

Ивановский государственный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИКИ ЕЕ СОСТОЯНИЯ

Диагностика является неотъемлемой частью существования любой организации, так как она не только дает определенные оценки, помогающие установить уровень организационной культуры (что существенно влияет на функционирование и развитие предприятия), но и показывает, какие параметры не соответствуют установленным нормам, и тем самым дает некий «толчок» к устранению существующих проблем.

Для диагностики организационной культуры могут использоваться разнообразные модели. Такие модели позволяют дать оценку состояния организационной культуры, выявить существующие проблемы и определить пути их разрешения. Каждая модель организационной культуры имеет свои особенности. Например, модель Ханди помогает определить не только существующее состояние организационной культуры, но и желаемое для коллектива организации. Модель К. Камерона-Р. Куинна, которую определяют как рамочную конструкцию конкурирующих ценностей, позволяет раскрыть культуру предприятия дифференцированно по ее существенным аспектам. С помощью этой модели можно разработать стратегию изменения существующей культуры, по сути, ответить на вопрос: «Что мы хотим? Как нам этого достигнуть?». Модель активной / пассивной организационной культуры также позволят соотнести конкретную организацию с соответствующим типом (активный или пассивный), определить ценности организации, нормы поведения, а также ориентиры деятельности – предположения о том, каким образом и в каком направлении должны действовать субъекты производства для того, чтобы обеспечить активную реализацию миссии организации.

Я считаю, что если российские предприятия будут осуществлять диагностику организационной культуры на основе указанных моделей, то эффективность их деятельности и уровень развития существенно повысятся, экономика России станет более конкурентоспособной.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. И. Куликов

Э. Г. ВЛАДИМИРОВА
Ивановский государственный университет

КРЕАТИВ И ЭТИКА В МАРКЕТИНГЕ

В условиях современных реалий, чтобы продать свой товар или услугу, нужно быть изобретательным. Поэтому в маркетинге всегда есть место креативу. Креатив необязательно подразумевает создание чего-то принципиально нового и в этом его главное отличие от инновации, с которой его часто отождествляют.

Довести информацию до потребителя можно различными путями (в виде графической, текстовой, аудио и видео информации) и через различные источники (СМИ, Интернет, рекламные щиты и вывески и т.д.).

Она может быть разнообразной – от провокационной, до раскрывающей содержание, но при этом, любая информация имеет общую цель: заинтересовать потребителя, запомниться ему.

Не все группы потребителей одинаково воспринимают одну и ту же информацию. Как один из вариантов классификации потребителей можно использовать теорию поколений У.Штрауса и Н.Хоува, рассмотрев последние четыре поколения: бэби-бумеры, поколение X (13 поколение), поколение Y (поколение Миллениума) и поколение Z (поколение Родины).

Часто в стремлении выделиться среди конкурентов, стать ярким и запоминающимся, креатив начинает граничить с нормами этики, затрагивая провокационные, спорные, а иногда и неприятные темы. Определить, что же является приемлемым в маркетинге, а что категорически недопустимо – должно стать одной из первостепенных задач для современных маркетологов.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. Н. Еремин

Е. П. ВОРОБЬЕВА
Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

В моей работе рассматривается тема «совершенствование работы предприятия в области управления качеством продукции». Данная тема является актуальной, так как высокое качество продукции и услуг является самой весомой составляющей, определяющей

конкурентоспособность, степень выживаемости фирмы в условиях рынка, темпы научно - технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии, приводя к снижению затрат и повышению доли рынка. Современная концепция управления качеством - это концепция управления любым целенаправленным видом деятельности, позволяющая, как показывает опыт, достигнуть успеха не только в сфере производства, но и в государственном и муниципальном управлении, в вооруженных силах и других сферах.

Для эффективного функционирования системы на исследуемом предприятии необходимо совершенствовать системы качества по результатам внутренних проверок и самооценки предприятия, а так же необходимо создать систему поощрения работников предприятия. Целесообразно привлекать рабочих и служащих для решения конкретных вопросов, которые связаны с повышением качества выпускаемой продукции. Так же необходимо внедрить систему материального стимулирования, как мощный стимулятор их деятельности на предприятии

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. А. Сокова

О. Е. ГРУШНИКОВА

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО СОЗДАНИЮ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЮ И СЕРТИФИКАЦИИ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА

Большинство промышленных, торговых или государственных организаций производят продукцию или услуги в расчете на удовлетворение потребностей или требований потребителя. Эти требования обычно включаются в технические условия. Однако, сами по себе технические условия не являются гарантией того, что требования потребителя будут действительно удовлетворены, поскольку в технических условиях или в организационной системе, охватывающей проектирование и реализацию продукции или услуг, может быть несоответствие. Это привело к необходимости развития стандартов и сертификации систем качества, дополняющих требования к продукции или услуге.

Проблема повышения качества является стратегической проблемой, от решения которой зависит стабильность экономики нашего государства, поэтому она была и остаётся актуальной.

По итогам в зависимости от поставленной цели:

- 1) были рассмотрены понятие сертификации и её роли в управлении качеством;
- 2) подробно разобран порядок сертификации персонала и систем качества;
- 3) раскрыты виды стандартов и методика проведения сертификации систем качества предприятия серии ИСО 9000;
- 4) разработаны практические рекомендации для ООО «ИНС Сервис» по совершенствованию работы в области сертификации систем качества. А именно: внедрение системы качества в соответствии со стандартом ИСО 9000, для этого требуется провести работу с сотрудниками компании по поводу надобности нововведений, сформировать руководящую комиссию и координатора работ в области управления качеством, разработать соответствующую документацию (в том числе руководство по качеству), назначить внутренних аудиторов, внедрить систему и пройти процедуру сертификации.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. А. Сокова

В. А. МАСЛЕННИКОВ
Ивановский государственный университет

СТРУКТУРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ И ЕЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ

Формирование устойчивой потребительской лояльности одно из главных условий нового маркетинга – маркетинг взаимоотношений.

Лояльность понимается как устойчивое во времени предпочтение потребителя товарам фирмы и самой фирме перед товарами и фирмами конкурентов.

Общая структура лояльности и ее компоненты представлены в таблице.

Матрица «Лояльность/удовлетворенность»

Поведенческая лояльность	Удовлетворенность маркой	
	высокая	низкая
Повторные покупки марки	Истинная лояльность	Ложная лояльность
Покупка конкурирующей марки	Латентная лояльность	Отсутствие лояльности

Истинная (абсолютная) лояльность — высокому уровню поведенческой лояльности потребителей соответствует высокий

уровень воспринимаемой лояльности. Такая лояльность благоприятнее всего для фирмы.

Латентная лояльность означает, что высокий уровень воспринимаемой лояльности не подкрепляется поведением потребителя, который выделяет данную фирму из числа конкурентов, но приобретает ее продукты не так часто или не в таком количестве, как истинно (абсолютно) лояльные потребители.

Ложная лояльность имеет место в том случае, когда поведенческой лояльности соответствует низкий уровень воспринимаемой лояльности. Эта ситуация является угрожающей, поскольку потребитель не привязан к фирме. Его покупки могут быть следствием ограниченного предложения, привычки.

Отсутствие лояльности предоставляет минимальные возможности для удержания. Фирме следует либо отказать от удержания этой части потребителей, заметим, выгодных для нее, либо принимать специальные меры для повышения прежде всего воспринимаемой лояльности.

3. М. НАЗАРОВА

Ивановский государственный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ ТОВАРОВ

В последнее время широкое развитие получила концепция социально-этического маркетинга. Частью этой концепции является экологический маркетинг, основными компонентами которого являются:

- использование ресурсо- и энергосберегающих технологий;
- полная утилизация отходов и упаковки;
- применение натурального сырья и вспомогательных материалов;
- защита окружающей среды и охрана здоровья человека.

В таблице приведены примеры использования экологических факторов в различных отраслях экономики.

Использование экологического позиционирования
в различных отраслях промышленности и сферы услуг

Отрасль	Критерии	Примеры
Lexus Hibrid, Toyota Prius — экономия топлива в 2 раза по сравнению с аналогами, Saab Escorpower — работает	Отсутствие вредных химических элементов, отсутствие опасного излучения для человека,	Некоторые модели сотовых телефонов и ноутбуков

на биоэтаноле, выхлоп практически безвреден, Chevrolet Volt Электротехника	минимальное воздействие на природу при утилизации	компания Sony (Sony Ericsson Mli Aspen, vaio) P-Per — iPhone
Энергетика Минимальное потребление топлива, минимизация вредных выбросов, возможность полной утилизации Автомобильная промышленность	Минимизация потребления энергии, использование возобновляемых источников, минимизация воздействия на среду	Pioneer Air System — установки по производству биогаза, ERDGAS — получение электроэнергии и отопление жилища с помощью природного газа

Задачей нашего исследования является теоретическое и методическое обоснование, а так же практическая апробация варианта экологического позиционирования товаров швейной промышленности.

А. Н. ПОЗДНИКОВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ФЕНИКС»

На сегодня одним из важнейших факторов роста эффективности производства является улучшение качества выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Качество продукции является главным условием «выживаемости» и ключом к успеху на рынке в условиях жесткой конкуренции.

Процесс управления качеством продукции в ООО «Феникс» складывается из взаимоувязанных, взаимоподчиненных стадий и операций: от приемки сырья до хранения и реализации готовой продукции. На предприятии строго соблюдается технологическая дисциплина, нормативная документация, контролируется качество выполнения всего технологического процесса и отдельных промежуточных операций. В деятельности рабочего коллектива ООО "Феникс" широко используется самоконтроль качества продукции.

Оценка документации по управлению качеством в ООО «Феникс» позволяют сделать вывод о том, что система качества на данном предприятии не совсем совершенна. Для обеспечения выпуска

продукции высокого качества в ООО «Феникс» необходимо повышать техническую оснащенность, автоматизировать технологические процессы, совершенствовать хозяйственный механизм управления качеством продукции.

Чтобы продукция была конкурентоспособной необходима постоянная, целенаправленная, кропотливая работа по повышению качества, систематически осуществляемый контроль качества. Предприятие желающее укрепить свои позиции в жесткой конкуренции должно уделять большое внимание процессу управления качеством.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. А. Сокова

И. С. ШАХОВ

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»

Изучение конкурентных преимуществ имеет большое значение для управления банком, так как его развитие неизбежно связано с противостоянием на рынке другим кредитным организациям, предлагающим на рынке аналогичные услуги.

Конкурентные преимущества должны обеспечивать уникальность бренда банка, удовлетворять специфические потребности клиента.

ПАО «Сбербанк России» – крупнейший банк в России, на долю которого приходится около трети активов всего российского банковского сектора. Услугами Сбербанка пользуются более 100 миллионов физических лиц и около 1 миллиона предприятий. Банк располагает обширной филиальной сетью в России: более 18 тысяч отделений и внутренних структурных подразделений. Зарубежная сеть Банка состоит из дочерних банков, филиалов и представительств в 20 странах, в том числе в странах СНГ, Центральной и Восточной Европы и Турции.

Для выявления конкурентных преимуществ Сбербанка проведен анализ положения банка на рынке с помощью SWOT и PEST анализов, а также анализа пяти сил Портера.

Результаты анализа показали, что значительным конкурентным преимуществом Сбербанка России является его расчетная система, охватывающая территорию всей страны, позволяющая проводить существенные объемы и количество платежей внутри и между регионами в режиме реального времени. Многофилиальная сеть и

уникальная система расчетов позволяют обеспечить стабильное и своевременное выполнение поручений клиентов по переводам вкладов, а также наличных денег в любой филиал Сбербанка на территории России в рублях и за границу в иностранной валюте для зачисления на счета по вкладам как на имя самих клиентов, так и на имя других лиц.

Ключевым фактором успеха в конкурентной борьбе является слаженная работа профессионального коллектива сотрудников Банка. Созданная внутри Банка система обучения сотрудников обеспечивает поддержание квалификации персонала на конкурентоспособном уровне.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. Н. Еремин

К. О. АЛЕКСЕЕВА
Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Одной из проблем работы с персоналом в организации при привлечении кадров является управление трудовой адаптацией. Адаптация — приспособление к содержанию и условиям труда, социальной сфере.

Адаптация нового работника позволяет работодателю получить лояльного, максимально управляемого сотрудника и обеспечивает полное, быстрое и эффективное его приспособление к организации и выполняемой работе.

Особое внимание следует уделять адаптации «молодых специалистов». «Молодой специалист» - это гражданин, получивший образование высшего, среднего или начального профессионального уровня, впервые поступающий на работу по полученной специальности либо отработавший по полученной профессии (специальности) непродолжительный срок.

Специфическими социальными и возрастными особенностями молодых специалистов являются: отсутствие опыта работы, что усиливает стресс, вызванный незнакомой обстановкой; нахождение на нижней ступени трудовой иерархии и меньшая заработная плата; большая мобильность, обладание передовыми знаниями и профессиональной подготовкой.

Примерный порядок адаптации молодых специалистов выглядит следующим образом: ознакомление с фирмой, ее особенностями, внутренним трудовым распорядком и т. д.; представление коллективу, ознакомление с рабочим местом; беседа с руководителем; инструктаж по пожарной безопасности и технике безопасности; обучение по специальной программе. Для адаптации молодых специалистов эффективна система наставничества. Помощь опытного сотрудника позволяет максимально быстро адаптироваться молодому работнику.

Таким образом, быстрое включение молодых специалистов в производственную деятельность организации имеет большое значение, поскольку от степени, сроков и результатов адаптации в определенной мере зависит эффективность всей последующей трудовой деятельности молодых специалистов, их стабильность, уровень

активности, состояние трудовой дисциплины, процесс формирования личности.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. С. Лифшиц

Н. Н. БУРСИКОВА

Ивановский государственный университет

РОЛЬ ЛИДЕРСТВА НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Существует большое количество мнений о том, сколько этапов в своей деятельности проходит организация с момента ее создания до момента ее «смерти», т.е. ликвидации предприятия как экономического субъекта. Некоторые авторы объединяют данные этапы в достаточно крупные блоки, другие выделяют большее количество вех развития предприятия. Рассмотрим влияние лидерства на примере укрупненных блоков этапов ЖЦО: 1) зарождение (создание) 2) развитие 3) зрелость 4) завершение (спад).

Любая организация создается по воле учредителя или собственника. Именно они становятся первыми лидерами организации, фактически возглавляя ее на стадии зарождения. По своему мировоззрению, складу характера, профессиональной ориентации большинство этих людей больше склонны к инновации, разработке идеи, инициации проекта. Лидеры – люди, наделенные способностью генерировать идеи, и чем «удачнее» окажется данная идея, тем больше шансов на успех предприятия.

На стадии развития для лидера наиболее актуальными вопросами являются: определение ассортиментной и ценовой политик, рыночной стратегии, оптимальной структуры организации, делегирование полномочий по управлению предприятием профессиональным менеджером и др.

На стадии зрелости, если лидер не отказался от роли руководителя данной организации, помимо вопросов, актуальных на предыдущей стадии, необходимо выбрать оптимальную кадровую политику и стратегию развития персонала (т.к. для успешного функционирования требуется приверженность организации, а одного только вдохновения и энтузиазма от лидерства на данной стадии уже недостаточно).

Благодаря лидерству стадия завершения не столь болезненно воспринимается сотрудниками, т.к. лидер способен дать уверенность в завтрашнем дне, помочь раскрыть собственный потенциал, кого-то

даже вдохновить на собственное дело.

Почти все крупные компании были созданы лидерами, а не руководителями. Но при этом почти все фирмы, «пережившие» своего основателя, сохранились благодаря грамотному руководству.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. А. С. Лифшиц

Э. Г. ВЛАДИМИРОВА

Ивановский государственный университет

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИИ КАЙДЗЕН НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Современные российские производственные предприятия имеют ряд проблем, связанных с отсутствием средств для инновационных обновлений, низким качеством продукции и низкой производительностью. Решить всю совокупность проблем может внедрение на предприятии японского подхода к производственной стратегии, а именно стратегии кайдзен.

Кайдзен подразумевает постоянное совершенствование не только техники и технологии, но и персонала на всех уровнях иерархии предприятия. В отличие от инновации – это медленный процесс, не требующий больших инвестиций в новую технологию или оборудование. Кайдзен лучше работает в условиях медленно развивающейся экономики, что говорит о его актуальности в российских реалиях. Кайдзен состоит из набора частных стратегий, реализация которых возможна как в комплексе, так и по частям.

Некоторые частные стратегии (канбан, Justintime) уже знакомы российским предприятиям, а другие известны в меньшей степени или неизвестны вовсе. Однако их внедрение способно внести существенный вклад в развитие предприятия. Повышение качества продукции и устранение брака возможно при внедрении частной стратегии дзидока (автономизация). В этом случае станок автоматически остановится при производстве дефектной детали. Всеобщий уход за оборудованием (TPM) обеспечивает эффективность работы оборудования на протяжении всего срока эксплуатации и сокращение процента дефектов.

Частная стратегия гемба рассматривает место, где создаётся ценность для потребителя. Выход в гемба обязателен для руководства всех уровней, чтобы видеть реальное положение дел на производстве и своевременно принимать меры по устранению намечающихся проблем. В рамках гемба используются 5S, устранение муда (потерь),

гембуцу.

Также могут иметь место следующие частные стратегии: хейдзунка (выравнивание по видам и объему продукции в течение фиксированного периода времени, что позволяет избегать работы партиями), пока-ёкэ (защита от потерь) и бака-ёкэ (защита от дурака).

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. И. Куликов

М. М. КАМИЛЛИ

Ивановский государственный университет

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СИСТЕМА

С развитием рыночных отношений, обострения конкурентной борьбы, перед многими руководителями предприятий встает вопрос о грамотном стратегическом управлении своими фирмами. В связи с этим возникает нужда и в стратегическом планировании, как неотъемлемом элементе стратегического менеджмента.

Актуальность данной работы заключена в том, что для выживания организациям в современных условиях необходимо четко поставленная система стратегического планирования, которая вкупе с остальными элементами стратегического менеджмента позволит фирмам развиваться даже во все ухудшающихся экономических условиях.

Целью данной работы является изучение стратегического планирования как организационной системы, являющейся частью более широкой системы стратегического управления; описание взаимодействия составных ее элементов и процедур, позволяющих достигать намеченных целей.

Система стратегического планирования есть организационная система, обеспечивающая формальное, обоснованное руководство долгосрочной деятельностью фирмы. Занимая центральное положение в стратегическом управлении фирмой, стратегическому планированию отдается значительное количество ресурсов различных видов, начиная с временных и заканчивая денежными. Особое внимание у фирм, практикующих его, отводится выбору методов анализа, планирования и прогнозирования, поскольку в первую очередь от них зависит достижение поставленных целей.

Многие авторы, к числу которых, например, относится Г. Минцберг, либо отвергают необходимость формального стратегического планирования, даже несмотря на достигнутые

благодаря последнему успехи, отмеченные многолетними исследованиями, либо отождествляют его со стратегическим управлением, хотя еще Ансофф разводил эти два понятия. Тем не менее, фирмы, практикующие его, достигают поставленных целей с большей долей вероятности, нежели отказывающиеся от него.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. И. Куликов

Л. О. КОКУШКИНА

Ивановский государственный университет

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬТЕРНАТИВ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных экономических условиях перед руководством любого предприятия стоит очень важная задача, определяющая вектор развития и функционирования организации в перспективе, а именно выбор стратегии развития предприятия.

Для того что бы выбрать оптимальную стратегию развития организации, руководству предприятия необходимо рассмотреть целый ряд альтернативных путей развития и из рассматриваемого списка альтернативных стратегий выбрать наиболее подходящую.

В современной экономической науке существуют следующие методы оценки стратегических альтернатив:

1) Матрица «SWOT», ее качественная и количественная версии. При построении данной матрицы выделяются сильные и слабые стороны организации, определяются ее возможности и угрозы. Стоит отметить, что наиболее точный и корректный результат получается в результате построения количественной версии матрицы «SWOT».

2) Метод сценариев. Данный метод позволяет исследователю разработать несколько сценариев развития организации, на основе данных предположений формируется картина возможных состояний, к которым может прийти организация под воздействием различных факторов.

3) Сравнение стратегических альтернатив на основе экспертных оценок.

4) Сравнение стратегических альтернатив на основе статистических расчетов.

Матрицы БКГ, ДСА и «Дженерал-Электрик» - «Мак-Кинзи», в отличие от рассмотренных методов, не оценивают стратегические альтернативы, однако они позволяют оценить состояние организации, как в целом, так и ее отдельных бизнесов в настоящий момент

времени, а также позволяют определить положение организации на рынке и установить ее главных конкурентов. Существуют также различные иные расчетные методы оценки альтернатив (оценка надежности и привлекательности и т.д.) Посредством применения данных инструментов оценки, руководство организации может выбрать наиболее подходящую стратегию развития.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. И. Куликов

А. С. МОЛЬКОВА

Ивановский государственный университет

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГУП БИСЕР»

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных условиях в России происходит усиление конкуренции, вследствие чего, руководители предприятий находятся в постоянных поисках инструментов управления предприятием и рычагов повышения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность в рыночной экономике является основным фактором коммерческого успеха предприятия. В свою очередь, зависит от качества менеджмента и конкурентоспособности выпускаемой продукции, то есть от того, насколько она лучше аналогов.

Ключевым моментом в завоевании позиций на рынке относительно многочисленных конкурентов является своевременное обновление производимых товаров, подготовка и организация производства новых видов продукции.

Результаты оценки конкурентоспособности показали практически равные показатели по качеству всех лидирующих производителей спецодежды по Ивановской области.

В результате анализа производственно-финансовой деятельности и проведенных маркетинговых исследований, предлагаются мероприятия по повышению конкурентоспособности ООО «ГУП Бисер» на основе использования конкурентных преимуществ и маркетинговых мероприятий: проведение рекламной кампании со сроком на 12 месяцев; разработка гибкой системы скидок; поддержка и улучшение работы сайта в Интернете; своевременное оказание комплекса услуг, связанных со сбытом и сервисным обслуживанием.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. А. Сокова

Д. Д. ПАТРИКЕЕВА
Ивановский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

В наше время для эффективной работы любого предприятия необходима рациональная организационная культура, которая обеспечит упорядоченность и согласованность функционирования. Организационная культура фирмы определяется особенностями национальной организационной культуры.

Очевидно, что предприятия разных стран имеют различные организационные культуры, отличающиеся большей или меньшей рациональностью. Было бы хорошо, если бы наши организации заимствовали бы те позитивные черты, которые существуют в организационных культурах других стран.

Чтобы определить эти черты сперва необходимо выделить характеристики национальной культуры, значимые для развития производства, например, организованность, бережливость, трудолюбие и т.д. Далее следует посмотреть позитивное и негативное проявление этих характеристик в организационных культурах предприятий России и других стран. Пожалуй, всем известны такие позитивные черты японских работников, как трудолюбие, дисциплинированность, аккуратность, высокая организованность, вежливость, любознательность. Конечно, нашим работникам было бы хорошо иметь в такой же степени эти черты, а особенно обладать японской организованностью, поскольку на наших предприятиях уровень организованности является слабым местом. Или же можно рассмотреть лучшие национальные качества немцев, например, пунктуальность, трудолюбие, практичность, аккуратность, предусмотрительность, бережливость и точность. И все эти черты хотелось бы тоже иметь на наших организациях в большей степени.

Разумеется, механически взять положительные черты немцев, японцев или же других народов просто невозможно. Но можно постараться отразить в своей культуре черты разных культур, интегрировав их в единое целое на базе отечественной организационной культуры. Для этого необходимо изменить систему руководства, использовать новые мотивационные модели и т.д.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. В. И. Куликов.

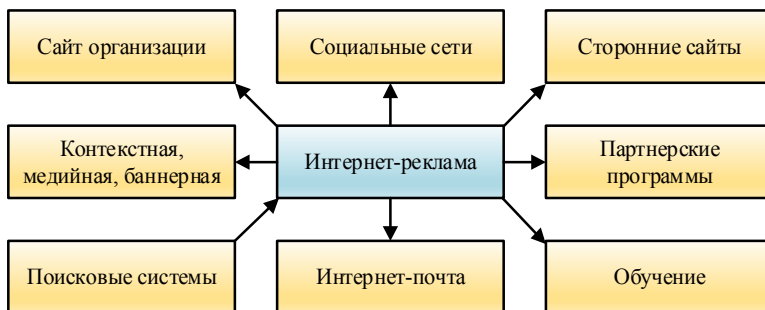
Н. С. АНДРЕЕВ

Ивановский государственный энергетический университет

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ

В современной социально-экономической системе рекламная деятельность является разновидностью информационного воздействия, для которой характерно формирование потребностей в основной продукции организации у потенциальных потребителей. Эффективность рекламной деятельности будем определять, как дополнительную прибыль, получаемой при увлечении спроса.

В ходе декомпозиции деятельности рекламного агентства мы выделили функции, одна из этих функций – это рекламная деятельность в сети интернет. В свою очередь эта деятельность охватывает следующие площадки:



В ходе работы собраны данные о реакции объекта воздействия на проведенные маркетинговые решения. С помощью методов социальных исследований определены периоды сбора данных для каждого индивидуального решения, рассмотрены методы формирования базы данных из различных источников, методы обработки этих данных. Результаты, полученные в ходе данного исследования, помогут нам в решении целого ряда задач, которые характерны для CRMсистем, а именно: прогнозирование спроса, предсказание наиболее вероятного поведения потребителя, его потребностей и лояльности.

В заключение, отметим что исследования элементов системы информационного воздействия, в виде рекламы, а именно рекламы в сети интернет является необходимой подготовкой для создания современной CRM системы.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Б. А. Баллод

Н. А. АНДРЕЕВА

Ивановский государственный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ОБУЧАЮЩИХ ПРОГРАММ

В современном мире информационные технологии охватывают все сферы деятельности человека. Они затронули также немаловажную сферу – образование. На сегодняшний день в интернете можно найти множество компьютерных обучающих программ.

Для школьников и студентов создаются специальные обучающие программы, соответствующие учебному плану. Можно выделить четыре типа обучающих компьютерных программ:

- 1) тренировочные;
- 2) наставнические;
- 3) моделирующие;
- 4) игры.

Тренировочные программы предназначены для закрепления умений и навыков. При неправильном ответе ученик может получить помощь в виде подсказки.

Наставнические программы предлагают ученикам теоретический материал для изучения, если ответы, даваемые учеником, неверны, программа может «откатиться назад» для повторного изучения теоретического материала.

Моделирующие программы предоставляют ученику возможность наблюдать на экране дисплея некоторый процесс, влияя на его ход подачей команды с клавиатуры, меняющей значения параметров.

Игры предоставляют в распоряжение ученика некоторую воображаемую среду, существующий только в компьютере мир, набор каких-то возможностей и средств их реализации.

Наибольшее распространение получили программы первых двух типов в связи с их относительно невысокой сложностью, возможностью унификации при разработке блоков программ. Программы 3-го и 4-го типов требуют большой работы программистов, психологов, специалистов в области изучаемого предмета, педагогов-методистов.

Бурное развитие информационных технологий ставит перед современным образованием новые вызовы, решать которые традиционными методами не всегда получается хорошо, поэтому применяются новые подходы с помощью компьютерных средств и интернета.

Научный руководитель: канд. хим. наук, доц. А. С. Очеретовый

Е. Н. БЕЛОУСОВА

Ивановский государственный университет

ВИРТУАЛИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ ИЛИ GRID-ТЕХНОЛОГИИ

В настоящее время в большинстве организаций для каждого приложения выделяется свой компьютер (группа компьютеров) и свой набор дисков для хранения базы данных (БД). Как правило, эти компьютеры и диски различными приложениями совместно не используются. Так как в реальной жизни нагрузка на приложения постоянно изменяется, мы часто имеем ситуацию, когда одни компьютеры сильно перегружены, в то время как другие недогружены или простаивают. В одних системах есть запас дисков, а в других дискового пространства катастрофически не хватает. Но, к сожалению, мы не можем оперативно перебрасывать дисковые и процессорные ресурсы туда, куда надо. Например, если в течение квартала идет большой поток транзакций, а в конце квартала он спадает, но начинает возрастать нагрузка на систему создания корпоративной отчетности, то мы вынуждены на обе системы держать максимальные вычислительные мощности. Система получается дорогой, избыточной, негибкой.

Выходом является виртуализация ресурсов. При этом все диски центра обработки данных (ЦОД) объединяются в один большой виртуальный диск, на котором располагаются все данные всех приложений, и мы можем гибко на ходу увеличивать этот виртуальный диск, добавляя к нему новые физические диски, или легко отдавать место для хранения тем приложениям, которым оно сейчас необходимо. Та же картина и с процессорным ресурсом. Объединение множества компьютеров в один виртуальный компьютер, на котором одновременно работает множество приложений, мощность которого можно легко увеличивать, на лету добавляя новые компьютеры, и возможность перераспределения вычислительных ресурсов этого суперкомпьютера между приложениями по мере необходимости позволяют резко повысить гибкость вычислительной системы, снизить ее стоимость и увеличить эффективность использования оборудования. Примером такой виртуализации является Oracle GRID, где диски объединены в Storage Grid, а компьютеры в Database Grid – виртуальный сервер БД и

Application Grid – виртуальный сервер приложений. Для управления таким множеством элементов используется программное обеспечение (ПО) Grid Control, которое позволяет работать с множеством объектов как с единым целым.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Ф. С. Жафярова

Е. Н. БЕЛОУСОВА

Ивановский государственный университет

ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ И РОЛЬ БАЗЫ ДАННЫХ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Информация играет важную роль для предприятий в современном обществе, она постоянно увеличивается, создавая тем самым условия для накопления опыта, способствуя выработке и принятию эффективных управленческих решений. Потребности предприятий в информации продолжают неуклонно расти, и удовлетворение их происходит не в полной мере. Чем быстрее указанная проблема найдет свое решение, тем быстрее будут созданы условия для формирования устойчивой и надежной предпринимательской среды. Любые принимаемые решения требуют обработки больших массивов информации; компетентность руководителя зависит не столько от прошлого опыта, сколько от владения достаточным количеством информации о быстро меняющейся ситуации и умения ею воспользоваться. Информация в современной экономике востребована и как ресурс, и как товар, удовлетворяющий информационные потребности. На всех стадиях обращения информации как экономического блага проявляются ее уникальные свойства, способствующие совершенствованию организации бизнеса.

Увеличение источников информации и более широкие возможности доступа к ним послужили во многом причиной ажиотажа, с которым некоторые фирмы стремятся обрести информационные преимущества. Эти фирмы практикуют составление примитивных файлов с полным электронным обеспечением, зачастую весьма сложным и плохо организованным.

Огромные возможности хранения данных, обеспечиваемые современными информационными средствами, могут через некоторое время вновь вызвать хаос в сборе данных. Однако необходимость организации и контроль издержек технического обслуживания должны в конечном счете обусловить рационализацию базы данных (БД).

Роль БД неоднозначна и зависит от того, каким образом предприятие намерено ее эксплуатировать. Эта база данных может служить и как логистическое средство, или как средство обеспечения процессов принятия решений.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Ф. С. Жафярова

Н. В. ЕГОРОВА, Е. М. ТОЛСТОВА, Т. Ю. КОСОГорова
Ивановский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОЛОГИЯ В INTERNET

В процессе изучения понятия "информационной экологии" мы выявили ряд проблем, которые хотели бы вынести на обсуждение. Проблема рекламы в сети Internet является одной из самых острых в области информационной экологии. Рекламные объявления несут угрозу заражения ПК вирусами, отвлекают внимание пользователя, зачастую содержат ложную информацию, а также могут стать причиной мошенничества. Вторая не менее острая проблема – это вопрос цензуры и свободы слова. Под нее попадают все общедоступные сайты, в том числе социальные сети и форумы, где пользователи не ограничивают себя в выборе выражений.

Для решения данных проблем мы предлагаем создать официальный сайт "Информационная экология", который будет содержать:

- 1) статью, описывающую понятие и важность информационной экологии и мотивирующую пользователей к соблюдению морально-этических норм в сети Internet;
- 2) доступные для скачивания расширения к браузерам ПК, мобильных и планшетных устройств, обеспечивающие блокировку рекламы и спама;
- 3) ссылки на официальные сайты антивирусных программ;
- 4) форум для посетителей сайта, предоставляющий им возможность обмениваться мнениями;
- 5) диалоговое окно для связи с консультантом при возникновении проблем с установкой;
- 6) видео-ролики и изображения, мотивирующие соблюдать правила цензуры.

Таким образом, мы считаем, что соблюдение информационной экологии в Internet является необходимым условием для культурного развития общества. Появление сайта позволит снизить долю "вредной" информации в Internet, что не мало важно для формирования сознания подрастающего поколения и условий работы основных пользователей.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Ф. С. Жафярова

Н. С. ЕЛОВСКИХ, А. А. ПАНКОВ
Ивановский государственный университет

АВТОМАТИЗАЦИЯ СБОРА ИНФОРМАЦИИ СО СЧЕТЧИКОВ УЧЕТА

На сегодняшний день многие управляющие организации, ЖКХ и ТСЖ часто сталкиваются с проблемой сбора информации со счетчиков учета коммунальных ресурсов. Снятие показаний и последующий ввод их в информационную систему расчета квартплаты достаточно длительны и требуют должного внимания, следовательно, нередко могут возникнуть ошибки и работу придется проделывать заново.

Таким образом, цель данной работы – анализ способов автоматизации сбора информации о показаниях счетчиков учета.

В результате анализа было выделено несколько способов решения поставленной проблемы, их преимущества и недостатки:

1) установление электросчетчиков, которые будут считывать показания и передавать их на сервер через кабельные линии связи, модем. Данный способ удобен, надежен, исключает ошибку ручного ввода;

2) создание портала управляющей компании, ЖКХ, ТСЖ, на котором жильцы сами будут заносить показания счетчиков. Метод дешевле первого, не менее удобен, но не исключает ошибку при занесении данных.

Был создан Web-портал для ТСЖ "Самойловец-2". Это значительно упростило работу организации, снизило нагрузку на бухгалтера, позволило ему оперативно справляться со сбором и обработкой информации, а так же повысило эффективность работы ТСЖ.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Ф. С. Жафярова

А. М. ЕФРЕМОВА
Ивановский государственный университет

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕНДЕРОВ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В современном мире компаниям достаточно сложно работать на переполненном различными предложениями рынке. Тендеры являются наиболее эффективным вариантом привлечения внимания заказчиков. В этом состоит актуальность тендеров – по сути конкурсной формы размещения заказа. В Российском законодательстве похожее опреде-

ление дается торгам, а именно, в Гражданском кодексе РФ под торгами понимается конкурс или аукцион.

В России тендеры начали появляться в 17 веке и начинались с государственных заказов. Это были публичные торги, которые не имели четких регламентов. При Петре I о проведении торгов вывешивались на всех городских воротах, был издан официальный документ о проведении торгов, предназначенных для поиска лучшего поставщика необходимых товаров с определенной ценой.

Во времена правления Петра I коррупция достигла небывалого размаха. Для борьбы с коррупцией в этой сфере было учреждено специальное ведомство.

После революции 1917 года практически все имеющие вес и статус предприятия были национализированы.

В восьмидесятых годах прошлого века определенной конкурсной системы размещения заказов в нашей стране не наблюдалось, в России на тот момент конкуренция практически отсутствовала.

Развитие тендеры получили с переходом к рыночной экономике, в начале 90-х годов прошлого века, была разработана современная тендерная система. Законодательство, регулирующее тендерные отношения имело массу минусов, основным из которых являлась возможность мошенничества с банковскими гарантиями. Но правила участия в конкурсе достаточно жесткие. Их несоблюдение чревато исключением компании из списка участников тендера.

С появлением и развитием интернет технологий появились электронные торги. Они создают условия и возможность для качественного проведения тендера в рамках ресурса. Обеспечивают безопасный документооборот, предоставляют возможность участия для поставщиков со всей России.

Для участия в тендере организациям может потребоваться помощь специалистов для оформления документов, это влечет за собой затраты. Документация предоставляется не бесплатно, потому в настоящее время в конкурсах участвуют преимущественно крупные компании. Фирмы, относящиеся к малому и среднему бизнесу, не всегда согласны тратить на документы без гарантии победить.

В 2013 году был принят Федеральный Закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Теперь все банковские гарантии должны быть указаны в соответствующем реестре, но коррупция и мошенничество с документацией еще присутствуют.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Данилова

Ю. Д. КИРЮХИНА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИТ-РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Любая компания, предприятие, организация ставит перед собой основную задачу – получить как можно больше прибыли за счет завоевания большего сегмента рынка и сокращения затрат, т.е. повышение эффективности бизнеса. Данная проблема особенно обостряется в периоды экономического кризиса.

Грамотно построенная информационная система играет ключевую роль в бизнес-процессах предприятия. Эффективно построенная структура системы управления позволит предприятиям минимизировать затраты, выходить на новые сегменты рынка, а также получать намного больше прибыли.

Проблема внедрения ИТ-решений на каждом предприятии достаточно актуальна и требует индивидуального подхода для ее решения. Современный рынок ИТ-решений богат множеством эффективных систем, которые помогут улучшить состояние предприятия, качество работы сотрудников, повысить конкурентоспособность, а также достигнуть максимального роста экономических показателей на предприятии в целом.

Современные ИТ-решения зачастую очень дорого обходятся предприятиям. В силу экономического кризиса руководители хотят видеть реальный экономический эффект от данных решений непосредственно после внедрения. Специалисты ИТ-служб не могут убедить руководство в эффективности данных систем. Проблема многих ИТ-специалистов в том, что они только предоставляют ИТ-услуги, не вникая в бизнес-процессы предприятия на каждом участке работы. «Бизнес хотел бы, чтобы ИТ-службы предоставляли ИТ-услуги без лишней суеты, непосредственно участвовали в бизнесе и взяли на себя роль лидера, и неважно, собственные это подразделения компании или специалисты со стороны»- Терри Уайт.

Потребность в ИТ-решениях происходит только тогда, когда контролировать и управлять всем становится очень сложно. Инвестиции в развитие собственной ИТ-структуры – это индикатор того, что компания нацелена на рост и развитие.

Технические возможности для реализации на любом предприятии ИТ-решений в области построения информационных систем на сегодняшний день чрезвычайно широки и вполне доступны. Только

эффективные ИТ-решения помогут повысить качество работы сотрудников, конкурентоспособность, а также достигнуть максимального роста экономических показателей на предприятии в целом.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Данилова

Ю. В. КУЗНЕЦОВА, Е. Д. ЧЕРЕМЬКИНА
Ивановский государственный университет

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Реинжиниринг – это глобальная перестройка, изменение какого-либо процесса или этапа. Также это деятельность, с помощью которой происходят улучшения и изменения. Реинжиниринг бизнес-процесса подразумевает выделение области для улучшения и развития, а также постановку задач и целей для этого. Это переосмысление бизнес-процесса для достижения максимальной эффективности предприятия и поиска наилучшего метода осуществления бизнес-процесса.

В результате проведения реинжиниринга бизнес-процесса на предприятии происходит появление новых технологий, продукция становится более конкурентоспособной благодаря этим изменениям за счет улучшения качества продукта и обслуживания потребителя.

Реинжиниринг бизнес-процессов (РБП) в настоящее время является актуальной задачей рыночной экономики. РБП важен и необходим в современном мире, т.к. он изменяет показатели деятельности компании, что приводит к высокой конкурентоспособности в условиях большого предложения на рынке.

Причин почему так мало организаций проводит реинжиниринг бизнес-процессов несколько:

– на многих предприятиях люди работают долгие годы привыкшие, к тому, что уже есть и никаких нововведений вводить им нежелательно, так как им будет неудобно с этим работать, у них уже сложились свои традиции, которые придется менять;

– реинжиниринг бизнес-процесса не совершенен и при его проведении также могут произойти ошибки, которые могут привести к гибели компании;

– администрация не всегда может доверить информацию о своем бизнес-процессе, и тонкостях работы производства посторонним лицам;

– возможны слишком большие затраты на проведение проекта по реинжинирингу бизнес-процессов.

Одной из главных проблем нежелания организацией проводить РБП является плохая работа группы проекта:

- непонимание между владельцем БП и лидером проекта;
- недостаточный контроль лидера проекта;
- недостаточное выделение ресурсов;
- отсутствие участия во внедрении бизнес-процесса управленцев высшего звена компании.

Также иногда от группы требуют больших результатов, которые не всегда выполнимы.

Именно поэтому данная проблема является главной причиной нежелания проводить РБП предприятия.

Приведем некоторые показатели изменений после проведения реинжиниринга бизнес-процесса:

1. Резкое изменение показателей деятельности компании: стоимость, качество, сервис, темпы и др.
2. Определение рационального взаимодействия с клиентом.
3. Уменьшение согласования в ходе исполнения процесса.
4. Повышение конкурентоспособности.
5. Появление новых технологий на предприятии.
6. Адаптация к современным условиям и др.

Например, компания «IBM CREDIT» провела реинжиниринг бизнес-процесса по оформлению кредита, в результате чего уменьшилось время на обработку запроса до 40 минут по сравнению с тем, что было до реинжиниринга бизнес-процесса – 4 дня.

Таким образом не смотря на опасения и риски, организациям следует проводить реинжиниринг бизнес-процесса особенно в современных условиях.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Данилова

С. А. КУКСА

Ивановский государственный университет

ЭЛЕКТРОННОЕ ПОСОБИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

В докладе рассматриваются вопросы связанные с положительными и отрицательными сторонами внедрения электронных пособий в образовательных целях.

Что же мы понимаем под "Электронным учебником"? Пользователи World Wide Web будут иметь неограниченный доступ к своим материалам в электронном виде. Студентам не придется носить боль-

шое количество книг, им достаточно иметь при себе один электронный носитель.

Электронные пособия не изнашиваются, они не выйдут из эксплуатации. Кроме того, электронные учебники можно дорабатывать, дописывать в любое время, в любом месте. Это позволяет учебнику сохранять актуальность и массу времени автору. Развивают самостоятельность у учащегося.

Интерфейс такого учебника будет интуитивно понятен и удобен пользователю.

К недостатку относится необходимость иметь под рукой оборудование для работы с пособиями, а также быструю утомляемость при постоянном контакте с электронным текстом.

Следует отметить то, что мы не заставляем людей пользоваться электронными ресурсами, если им это не удобно. Выпуск и внедрение электронных пособий опирается на опыт молодых специалистов: нынешнее поколение вплотную воспитывается с электронными устройствами и всемирной паутиной, поэтому они более приспособлены к работе с виртуальными документами и менее приспособлены к работе с информацией на бумаге. Из этого следует то, что, менее, чем за сто лет, электронные ресурсы достигнут максимального распространения и в наших силах ускорить этот процесс в целях: сохранить природу, упростить обучение в плане организации, экономии денежных средств и времени.

Руководитель от предприятия, Директор ГК ОVK О. В. Казак

Е. Н. КУРОЧКИНА

Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ SEO-ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ

Анализ и оценка результатов продвижения сайта - один из самых важных этапов в SEO. В поисковом продвижении сложно анализировать зависимость результата от того или иного действия на сайте. Алгоритмы ранжирования поисковых систем включают множество факторов, к тому же система постоянно самообучается. Таким образом, SEO-специалисты не знают наверняка что именно явилось причиной изменения позиции сайта в поисковой выдаче.

Чаще всего при аналитике результатов SEO-специалисты опираются исключительно на рост позиций ресурса в поисковых системах, ставя своей конечной целью занять ТОП поисковой выдачи. Такой подход зачастую не приводит к нужным клиенту результатам, а именно - к продажам.

Что нужно анализировать в результатах продвижения, что бы удовлетворить потребности клиента?

Существует несколько важных метрик, на которые стоит обращать внимание при продвижении сайта. Например, анализ поискового трафика включает в себя:

- посещаемость сайта (увеличивается или уменьшается);
- источник посещаемости (для этого используются реферальные хвосты);
- личные данные пользователей и конфигурация устройств доступа к сайту (поможет понять, кто на самом деле целевая аудитория и адаптировать сайт под нее);
- показатель отказов: с каких страниц уходят посетители, где оставаться им более не интересно? (поможет доработать страницы выхода и понять, почему уходит клиент);
- количество посещенных страниц (важный фактор ранжирования; необходимо максимизировать данный показатель).

Также существуют бизнес-метрики, которые позволяют оценить рентабельность продвижения. Это показатели:

- ROI;
- ROMI;
- Конверсии;
- Воронка продаж.

Если данные параметры не удовлетворяют желаемому результату, высокие позиции сайта окажутся бесполезными. Необходимо проводить работы над самим сайтом, улучшая его маркетинговую составляющую, уникальное торговое предложение, юзабилити.

Для аналитики результатов SEO-продвижения обязательно устанавливается Яндекс.Метрика или Google.Analytics. Также существует большое количество программ и веб-сервисов, позволяющих увидеть позицию сайта по определенным запросам, например AllSubmitter. Снятие позиций при каждом апдейте позволит увидеть динамику продвижения сайта. Бизнес-метрики можно отслеживать через специальные CRM-системы, интегрированные с сайтом.

Научный консультант: канд. экон. наук, доц. А. Ю. Журавлев

А. Н. МАРФУТИНА

Ивановский государственный энергетический университет

ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА БРЭНДА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Под социальными медиа понимают любые средства прямого и при этом – публичного общения людей посредством Интернета.

Мониторинг обсуждений в Интернете компании, бренда, персон и конкурентов позволяет узнать частоту упоминания бренда в Интернет пространстве динамику изменения мнения о компании и продуктах. Имидж бренда определяется несколькими критериями: число упоминаний за период; число авторов за период; распределение по типам площадок и источникам; характеристики авторов.

Обработка результатов мониторинга состоит из нескольких этапов: _ фильтрация спама; детектирование перепечатки; определение числа ботов среди авторов; оценка охвата; оценка географии; оценка тональности (позитив/негатив).

После обработки результатов производится анализ: репутационный анализ в конкурентной среде; анализ негатива и возможности улучшения репутации; выявление трендов; анализ информационных всплесков, пост-эффекты; контроль удовлетворенности потребителей работой фирмы.

Найти социальные сети в интернете нетрудно, однако собрать их данные и представить в удобной форме – это всё ещё нетривиальная задача. Чтобы привести в порядок данные, исследователь может использовать необходимый язык программирования. Сегодня наиболее популярные языки, подходящие для решения этой задачи: Python, Perl, и Java. К тому же есть несколько специально созданных для этих целей программ, которые уже сегодня доступны исследователям.

Ключевая технология при разработке программного обеспечения является лингвистический анализ естественного языка.

Воспользовавшись средством babkee.ru было проведено тестовое исследование бренда «Ивановский государственный энергетический университет им. В.И.Ленина» за период 21.11-22.12.2015.

Всего было найдено 48 сообщений. После обработки осталось 35 сообщений. Большинство упоминаний найдено на сайте vk.com. В период 20-26 ноября 2015 года определен всплеск положительных упоминаний, все упоминания связаны с проведением в ИГЭУ конкурса «Мисс студенчество России 2015».

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Б. А. Баллод

А. В. МАСЛОВА

Ивановский государственный университет

АКТУАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Целью проекта является решение квалификационной задачи, заключающейся в обосновании актуальности мероприятий по повышению эффективности деятельности предприятия сферы услуг.

В настоящее время все больше экономических исследований касаются сферы услуг. В развитых странах сфера услуг формирует около 70 % ВВП и привлекает порядка 80 % экономически активного населения, по праву считаясь движущей силой мировой экономики.

В данной работе, в качестве примера предприятий сферы услуг были выбраны сети кинотеатров.

С каждым годом приток людей в кинотеатры только растет, поскольку с каждым годом кинотеатры совершенствуют свои технологии и не перестают удивлять ими. Речь идет не только о кинопоказе, но и о стандартной работе самих кинотеатров. Все информатизируется, появляются специальные мониторы для посетителей, специальные терминалы для выбора сеанса, мест в зале и оплаты даже через банковскую карточку.

Для эффективной работы кинотеатров сейчас имеется множество различных информационных систем. Для сетей кинотеатров необходимо применять корпоративные системы управления документами, так как такая архитектура обеспечивает универсальную, повсеместно доступную среду для работы и хранения всех типов документов в масштабе всей организации в целом. Корпоративные системы ЭУД позволяют пользователю применять все функциональные подсистемы непосредственно из бизнес-приложения, в котором он работает. Это могут быть приложения по работе с текстами, графиками, таблицами, финансовые системы, системы управления запасами и т.п.

Внедрение автоматизированной системы информации, а именно СЭД позволит сократить штат бухгалтерии. При этом сократятся затраты на заработную плату работникам, что позволяет предприятию сэкономить в год большую сумму денег, а также сократить риски человеческой ошибки, поскольку людям свойственно ошибаться, особенно при таком большом потоке информации и рационально распределить приоритеты выполнения работ достаточно проблематично.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Ф. С. Жафярова

М. Д. МОРОЗОВ, А. А. КРУПИНА, Ю. В. КРЮКОВА
Ивановский государственный университет

ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В настоящее время множество начинающих предпринимателей пользуются не только наружной рекламой и другими стандартными способами распространения информации о своей фирме. На равне с этими способами также довольно известна стала инновация продвижения своей деятельности в социальных сетях.

Продвижением в социальных сетях занимаются малые предприятия и предприятия уже имеющие за спиной большой опыт в ведение бизнеса.

Социальные сети собрали в себе абсолютно каждого из нас. Мы постоянно сталкиваемся с рекламными объявлениями в интернете, когда заходим ВКОНТАКТЕ пообщаться с друзьями или просто провернуть почту.

Продвижение в социальных сетях имеет большое количество плюсов для ведения бизнеса и его рекламы.

Во-первых, это многочисленная аудитория и пользователи абсолютно разных возрастов. Т.е. Если ВКОНТАКТЕ возрастная категория колеблется от 18 лет до 30 лет, то в ОДНОКЛАССНИКАХ возрастной уровень выше.

Во-вторых, небольшая конкуренция.

В-третьих, конкретный выбор аудитории. Вы можете выбрать город, возраст, пол людей, которым будут показываться ваши объявления. Также можете привязать их через cookie и интересы к пользователю.

Основные шаги при продвижении в социальных сетях:

1. Создание группы или аккаунта;
2. Разработка уникальной аватарки для сообщества;
3. Создание и размещение контент-постов;
4. Привлечение пользователей в группу;
5. Увеличение продаж.

Реклама стала очень выгодной для продвижения своей деятельности в социальных сетях и на сегодняшний день данная тема очень актуальна.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Данилова

М. А. НИКОЛАЕВ

Ивановский государственный энергетический университет

ХРАНИЛИЩЕ ЗНАНИЙ КАК ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА

В условиях перехода к информационному обществу государственное управление и различные социальные институты, большинство секторов экономики становятся активными потребителями информационных технологий и услуг, а сектор производителей ИТ непрерывно растет. В связи с этим проблема развития и применения открытых систем составляет для каждой страны национальную проблему. Открытая система в теории систем – система, которая непрерывно взаимодействует со своей средой. Существует также достаточное число определений, например, компания Hewlett Packard обозначает открытую систему как совокупность разнородных компьютеров, объединенных сетью, которые могут работать как единое интегрированное целое независимо от того, как в них представлена информация, где они расположены и кем они изготовлены.

Термин открытая система подразумевает взаимодействие – взаимное воздействие хранилища знаний и окружающей его среды. Взаимодействие с внешними системами упрощает заполнение метаданных знаний, что облегчает их поиск и сокращает время на добавление знаний сотрудниками компании, следовательно, увеличивает эффективность работы хранилища знаний. Использование стандартизированных интерфейсов взаимодействия, таких как REST, SOAP, RPC, RMI, между системами дает возможность для повторного использования приложений, увеличивает длительность жизненного цикла информационных систем.

Использование хранилища знаний позволяет сократить утечку знаний из организации при уходе сотрудника. А привлечение новых сотрудников к актуализации знаний позволяет развивать, как интеллект сотрудников, так и хранимые знания.

Таким образом принцип формирования открытых систем из приложений организации обеспечивает значительную степень взаимодействия, переносимости и масштабируемости приложений и данных. Благодаря этим свойствам минимизируются затраты на достижение предметности и повторного использования программно-информационных ресурсов при переходе на более совершенные компьютерные платформы, а также позволяет интегрировать разнородные системы и ресурсы в комплексные распределенные системы.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц А. А. Белов

Н. И. ПОБЕРЕЖНИЮК, И. А. ПОПОВ
Ивановский государственный университет

ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕСЕ

Идея облачных технологий заключается в том, что через свой компьютер конечный пользователь получает в распоряжение необходимые компьютерные ресурсы в полном соответствии с исходными потребностями. Почему облачные? Для потребителя источник искомым ресурсов, образно говоря, находится где-то в облаках. В сущности, сам источник не имеет никакого значения. Важным оказывается наличие канала связи с ним, имеющего достаточную пропускную способность для получения информации. У облачных технологий множество положительных сторон: надежность функционирования, защита от потери данных и несанкционированного доступа, а также финансовая доступность для широких слоёв потребителей. Но, кроме достоинств у облачных технологий есть и проблемы.

Основной проблемой облачных технологий является конфиденциальность данных, так как кроме провайдера, который имеет доступ к данным, хранящимся на его оборудовании, могут совершаться кибератаки со стороны злоумышленников, желающих украсть ценную информацию. Также в крупных компаниях установлено специально разработанное под неё программное обеспечение, перевод которого в облако может потребовать больших финансовых затрат, вследствие чего компания будет зависима от провайдера, и, если по каким-либо причинам захочет поменять его на другого, то этот процесс скорее всего окажется болезненным.

Для решения проблемы с конфиденциальностью предлагается использовать механизм шифрования данных, который не позволит воспользоваться информацией неавторизированным пользователям. Чтобы избежать второй проблемы, необходимо тщательно выбирать провайдера, который, во-первых, предоставит широкий спектр пользовательского программного обеспечения для максимально простого перевода софта компании в облачный сервис, во-вторых имеет надежное оборудование и средства безопасности, а так же производит регулярное обновление технических средств.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Данилова

Р. А. САРВАРИ
Ивановский государственный университет

ПРИМЕНЕНИЕ РЕЛЯЦИОННЫХ И НЕРЕЛЯЦИОННЫХ БАЗ ДАННЫХ В РАБОТЕ С БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ

В последнее время одной из наиболее обсуждаемых тем в сфере ИТ-технологий являются Большие Данные. Нужно заметить, что предпосылки к проблеме Больших Данных стали появляться довольно давно, но ключевым моментом в выдвижении этой задачи в первые ряды стало стремительное развитие ИТ. Решением проблемы в сегменте большого бизнеса занимаются такие мировые гиганты, как Microsoft, Oracle, IBM, Hewlett Packard. Однако, предлагаемые решения не приемлемы, когда речь заходит о предприятиях среднего и малого бизнеса (СМБ). Исходя из типичной для СМБ сегмента ситуации недостатка ресурсов, получаем отсутствие или крайне небольшой выбор средств решения проблемы Больших Данных. Стоит уточнить, что под термином Большие Данные понимают не только огромные объемы данных, но и ряд программных инструментов, направленных на работу с этими данными.

Основой для работы с данными служит непосредственно базы данных и на этом этапе эксперты делятся на две группы. Одни предлагают использовать для работы с Большими Данными, набирающие популярность NoSQL системы, предлагая в качестве аргументов встроенные возможности горизонтального масштабирования и параллельной обработки, и возможность быстрого получения первых результатов. Другие применяют всевозможные информационные системы, использующие традиционные реляционные базы данных, объясняя это всевозможными сложностями перехода от SQL-ориентированных к NoSQL технологиям. К предприятиям, использующим реляционные базы данных для решения проблем Больших Данных можно отнести Ивановскую городскую теплоэнергетическую компанию.

Научный консультант: канд. экон. наук, доц. А. Ю. Журавлев

И. О. СМЕРНОВА

Ивановский государственный университет

МЕСТО ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ В АРХИТЕКТУРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

На сегодняшний день невозможно представить компанию, которая не использует в своей деятельности информационные технологии (ИТ). Особенное внимание уделяется разработке, поддержке и усовершенствованию ИТ-инфраструктуры предприятия.

Архитектура предприятия – это всестороннее описание (модель) всех его ключевых элементов и связей между ними (включая бизнес-процессы, технологии и информационные системы), а также процесс поддержки изменения бизнес-процессов предприятия со стороны информационных технологий.

Можно выделить две составляющие архитектуры предприятия:

- бизнес-архитектура, которая содержит в себе описание бизнес-процессов и правила их взаимодействия, а также описание информационных потоков и их структуру;
- архитектура ИТ, которая в свою очередь содержит программные и аппаратные средства обеспечения, средства защиты информации и др.

Архитектура предприятия является важным связующим элементом между бизнес-процессами, которые возникают как внутри предприятия, так и в его внешнем контуре (взаимодействие с контрагентами), и информационными технологиями, внедренными в организации.

ИТ-инфраструктура предприятия (архитектура информационных технологий) представляет собой совокупность технических и технологических решений для обеспечения эффективного функционирования бизнес - процессов предприятия в соответствии с правилами и концепциями, определяемыми бизнес – архитектурой.

Она является неотъемлемой частью всей архитектуры предприятия и целиком и полностью зависит от стратегических целей и задач организации и модели бизнес-процессов. И обычно состоит из следующих компонентов:

- Enterprise Information Architecture (EIA) – информационная архитектура;
- Enterprise Solution Architecture (ESA) – архитектура прикладных решений;
- Enterprise Technical Architecture (ETA) – техническая архитектура.

ИТ-инфраструктура предприятия содержит в себе основы создания всех компонентов ИТ, а также взаимосвязи между ними и бизнес-архитектурой. Она является «подушкой», основой для формирования работоспособной среды предприятия, так как обеспечивает возможность надежного функционирования всех его внедренных решений. Именно поэтому, очень важно уделять большое внимание ИТ-инфраструктуре и поддерживать ее в актуальном состоянии.

Научный руководитель: д-р техн. наук, проф. Е. В. Беляев

Ю. А. СТРЕЛЬЦОВ

Ивановский государственный университет

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОНЛАЙН SEO-ОТЧЕТНОСТИ НА ТЕКСТИЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Фирма «Анита» является предприятием по производству и оптовым продажам текстильной продукции.

В настоящее время клиентами предприятия являются малые, средние, крупные компании и бюджетные организации. Предприятие увеличило продажи КПБ и тканей благодаря ведению бизнеса на основе создания интернет-магазина и активного его продвижения в поисковых системах. На данном этапе у фабрики 12 постоянных оптовых клиентов в том числе благодаря маркетинговой деятельности сотрудников ИТ-отдела. Основными направлениями являются производство текстильной продукции и тканей, а так же ведение оптовых продаж.

ИТ – отдел компании занимается поддержкой интернет-магазина и его поисковым продвижением (SEO). С целью повышения качества выполняемых функций в продвижении интернет-магазина и улучшения взаимоотношения с клиентами, данная система онлайн SEO отчетности является средством оперативного оповещения о предстоящих мероприятиях и способом контроля ИТ-отдела в целом.

Программа обеспечивает возможности ведения хронологии SEO-отчетности и наблюдения за проделанной работой в режиме реального времени, а так же интеграцию с сервисами по сбору позиций. Кроме того программа обеспечивает защищенность корпоративной информации при ограниченности в доступе.

Во время работы бывали редкие случаи, что работник забывал вовремя подготовить отчет о проделанной работе, так же не выполнял ряд просьб, так как они не были нигде зафиксированы. Все эти действия в совокупности могли привести к отрицательным показателям по продвижению интернет-магазина, и как следствие, снижению уровня

продаж. Ранее предприятие несло потери из-за отсутствия системы, которая должным образом организует взаимодействие внутри IT-отдела и между клиентами.

Ввиду того, что специфика работы с каждым заказчиком индивидуальна и носит закрытый характер, была внедрена система, которая позволила воплотить все возможности, изложенные выше и сделать сотрудничество максимально комфортным и продуктивным для обеих сторон.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Ф. С. Жафярова

Д. М. СУББОТИН, И. Н. ФРОЛОВА

Ивановский государственный энергетический университет

WEB-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО ФИРМЫ

В современной экономике возрастает роль делового окружения в развитии конкурентоспособности фирмы. Важнейшей задачей в формировании отношений фирмы с деловым окружением является повышение эффективности информационного воздействия (ИВ) – изменение среды под потребности фирмы, заключающееся в формировании потребностей или идентификации проблем у субъектов делового окружения фирмы путем организации контента и процесса его восприятия. Контент – есть совокупность информационных единиц, представленных в форме, соответствующей целям воздействия. Наиболее доступным и эффективным инструментом осуществления ИВ является web-ресурс, то есть представительство фирмы в Интернет-пространстве.

Информационное воздействие должно базироваться на следующих принципах: защищенность, сценарная ориентированность, деловая направленность, актуальность, комплексность.

В составе системы информационного воздействия можно выделить 2 подсистемы: подсистема управления контентом и подсистема реализации воздействия (web-ресурс). Основные функции подсистемы управления контентом следующие: формирование сценария и контента информационного воздействия, мониторинг и оценка процесса восприятия контента, взаимодействие с внешними источниками контента. Организация доступа к контенту в соответствии с категорией объекта воздействия и с установленным сценарием ИВ – является основной функцией, которую реализует web-ресурс. Построение сценария базируется на психофизических особенностях восприятия объекта воздей-

ствия. Формирование контента осуществляется на основе шаблонного определения формы и содержания информационных единиц.

Для реализации программного обеспечения используется платформа Yii2, что позволяет создавать легко расширяемую программную систему, клиентская часть сложных модулей использует фреймворк AngularJS, ускоряющий разработку функциональных подсистем. В качестве основной технологии хранения данных и записей применяется технология построения документно-ориентированной организации данных, для реализации которой используется СУБД MongoDB.

Научный руководитель: канд. экон. наук Т. В. Гвоздева

А. И. ТРУФАНОВА

Ивановский государственный университет

АКТУАЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

За последние годы растущая конкуренция, необходимость быстрой адаптации компаний к сложному и постоянно изменяющемуся рынку, появление новых технологий заставляет компании постоянно развиваться для сохранения конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

На сегодняшний день наиболее актуальной задачей в сфере управления становится повышение уровня и эффективности развития организаций, то есть их способности быстрее, экономичнее и адекватнее реагировать на изменения рынка путем выпуска новой или модернизированной продукции, внедрения новых технологий производства и сбыта, улучшения системы внутрифирменного управления и использования новейших маркетинговых стратегий.

Организации имеют значительный опыт по созданию и внедрению комплексных систем управления проектами, однако в новых экономических условиях он явно недостаточен. Кроме того, для недавно организованных малых и средних предприятий можно отметить отсутствие теоретической подготовки и практических навыков в области управления проектами эффективности компаний.

Совершенствования управления проектами определяется следующими основными факторами:

1. Возрастающая сложность проектов и организаций, их осуществляющих.
2. Постоянно возрастающие требования заказчиков и потребителей к качеству конечного результата проекта.

3. Обострение конкуренции.
4. Возможность оптимизации затрат по обеспечению качества.

В современной экономической ситуации эффективное управление проектами является важнейшим условием успеха в конкурентной борьбе. Применение именно комплексного подхода может дать максимально положительный результат осуществления как отдельных проектов в частности так и деятельности всей компании в целом, поскольку только взаимодействие всех элементов системы способно умножить положительный эффект.

Регулирование развития комплексной системы управления проектами повышает конкурентоспособность компании по следующим направлениям:

1. Увеличивается эффективность использования выделяемых на развитие затрат,
2. Сокращает время достижения поставленных стратегических целей ,
3. Повышается «прозрачность» управления деятельностью компании.

Система управления проектами станет основным инструментом управления бизнесом, дающая возможность устанавливать индивидуальные, и общеорганизационные цели, доводить их до сознания членов команды различного уровня, оценивать достижимость поставленных целей посредством использования измерителей эффективности, получать быструю обратную связь, стать чрезвычайно удобной моделью, дающей новые аналитические возможности более традиционной концепции управления проектами.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Данилова

Секция
**«ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО, АКТУАЛЬНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»**

Ж. В. АБДУЛОВА

Ивановский государственный университет

**СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РФ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В настоящее время все большую актуальность приобретает проблема обеспечения сбалансированности бюджетной системы Российской Федерации. Несмотря на множество факторов, препятствующих возникновению новых волн экономического кризиса, наблюдается спад рыночной активности, негативно сказывающийся на экономике страны. Следует учитывать, что сохраняется сильная привязанность федерального бюджета к доходам от продажи углеводородного сырья, что в условиях постоянного снижения цены на нефть является негативным фактором для сбалансированности бюджета. Следует отметить отсутствие переориентации бюджета на модернизацию экономики, внедрение инноваций, рост экономики страны.

Также спорным является вопрос накопления финансовых резервов. Он является наиболее сложным и требующим тщательных расчетов и обоснований. Российская экономика не может бесконечно развиваться ради накопления резервов для преодоления последствий кризисов.

Помимо резерва недостающие средства для покрытия дефицита Федерального бюджета могут изыскиваться за счет оптимизации бюджетных расходов и заимствований на внутреннем рынке, посредством выпуска государственных ценных бумаг. Осуществление внешних заимствований является нецелесообразным и затруднительным в сложившихся экономических и политических условиях.

Еще одним дестабилизирующим фактором является рост внутреннего государственного долга, обусловленный принятием мер по преодолению влияния финансово-экономического кризиса. Денежно-кредитная политика государства должна обеспечивать гарантии выполнения государством обязательств по погашению и обслуживанию принимаемых обязательств вне зависимости от состояния бюджета и изменения внешнеэкономической конъюнктуры.

В связи со сложившимся серьезным дисбалансом на всех уровнях бюджетной системы, становится необходимым выявление и со-

крашение неэффективных расходов, ужесточение мер по контролю за всеми бюджетными потоками.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. Ю. Смольницкая

А. АВРААМОВ

Ивановский государственный университет

СОХРАНЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА КАК ЗАЛОГ РОСТА НАДЕЖНОСТИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

Обострение кризисных процессов в банковском секторе нашей страны в 2014-2015 гг. заставило Центральный банк пойти на беспрецедентные шаги, введя меры, ограничивающие движение капиталов. Повышенная ключевая процентная ставка была превентивной мерой в целях снижения дальнейшего перегрева экономики. Кроме того, контроль финансового положения коммерческих банков со стороны мегарегулятора способствовал процессу очищения банковского сектора от банков-однодневок. За период с 2014 по 2015 годы Банк России отозвал лицензии у 162 банков. За начало 2016 года лицензии отзывали у 18 банков. Основная причина отзыва лицензии – невыполнение банковских нормативов. Хотя остроту проблемы удалось смягчить, достаточно высокие процентные риски сохраняются. По оценкам ЕЦБ, макрофинансовые риски остаются повышенными и сопряжены с высокой степенью неопределенности - как в отдельном коммерческом банке так и в банковском секторе в целом.

Финансовый кризис упрочил идею о том, что активное вмешательство государства в финансовый сектор должно способствовать экономической стабильности. Для эффективной деятельности кредитной организации и ее устойчивости к различным экономическим рискам важны не только размер и структура собственного капитала, но и постоянный доступ к стабильной базе ликвидности, поэтому Базельским комитетом были разработаны два ключевых норматива, которые должны оценивать возможности банка в данном направлении: показатель краткосрочной ликвидности; показатель чистого стабильного финансирования.

Они отвечают за краткосрочный и долгосрочный периоды соответственно. Необходимо понимать, что невозврат единичных кредитов не может нанести ощутимого урона банку, если он будет компенсирован резервами, сформированными под ожидаемые потери по кредитным операциям. Именно поэтому кредитным организациям

необходимо иметь точную и не подверженную каким-либо ошибкам модель оценки кредитных рисков.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Шекишьева

А. В. АГАПОВА

Ивановский государственный университет

БЮДЖЕТНЫЕ РИСКИ: ИХ ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ОЦЕНКА В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ

Финансовый кризис в России оказал отрицательный эффект на формирование бюджетов всех уровней бюджетной системы РФ. Органы власти, научное сообщество озадачены процессом стабилизации бюджетного процесса. Особое внимание уделяется повышению эффективности бюджетных расходов. Однако в условиях неопределенности возникает потребность в оценке финансовых рисков и их влиянии на бюджетную политику.

Управление финансовыми рисками на муниципальном уровне находится в стадии разработки, поэтому было бы полезным перенять опыт графства Стаффордшир, успешно применяющего методику оценки бюджетных рисков. В рамках действующей системы выделяют категории и показатели риска: материальность, политическую чувствительность, представление аудита, гарантии управления рисками, мошенничество и стабильность системы. Оценивается потенциально до трех показателей риска в каждой категории (оценка осуществляется в баллах от 1 до 5). По окончании определяется средний балл, влияющий на объем и структуру расходования бюджетных средств.

Зарубежный опыт предоставляет возможность и нам составить карту бюджетных рисков в каждом муниципальном образовании, определить факторы, влияющие на объем бюджетных расходов, провести их оценку и минимизировать последствия путем оперативного изменения бюджетных показателей.

В целях построения риск-ориентированной модели бюджетного финансирования мы предлагаем использовать механизм оценки рисков с позиции двух ключевых критериев: силы воздействия и вероятности наступления. По нашему мнению, данная методика подходит для исследования открывающихся возможностей и возникающих опасностей и угроз, а так же она актуальна для ранжирования рисков по их состоянию: от самых слабых до критических. А это значит, что главные распорядители бюджетных средств должны распределить денежные

средства наиболее эффективно и результативно, а потребности в общественных благах удовлетворить наилучшим образом.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

А. А. АКОПЯН

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ В СЕГМЕНТЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

В современных рыночных условиях практически все предприятия малого и среднего бизнеса пользуются различными банковскими продуктами, в том числе кредитными. Каждая проведённая банком операция содержит в себе определённые риски, при этом, как правило, кредитные риски занимают большую долю в рисковом профиле банков. Таким образом, необходимо уделять тщательное внимание управлению кредитными рисками в сегменте малого и среднего бизнеса, искать пути совершенствования методов управления, привлекать апробированный зарубежный опыт и работать в направлении выявления новых неизученных факторов риска, быстроменяющихся тенденций в банковском секторе.

Современная российская банковская система представляет собой зрелый рыночный институт. Российская экономика в целом и финансовая система в первую очередь испытывают на себе влияние международных событий и кризисов. В связи с замедлением роста мирового ВВП, введёнными санкциями стран друг против друга, скачками курсов доллара и евро, снижением цен на энергоносители и другими факторами российские коммерческие банки испытывают трудности, что, в свою очередь, увеличивает банковские риски, в том числе кредитные.

Таким образом, следует отметить, что в настоящих реалиях необходимо принимать новые меры по управлению кредитными рисками в сегменте малого и среднего бизнеса. Особое внимание следует обратить на снижение затрат с помощью применения аутсорсинга, облачных технологий и автоматизации кредитного процесса; совершенствовать существующие классические методы, обращая внимание на такие показатели, как PD, LGD, EAD, M и RAROC; кредитную политику банка следует разрабатывать с учётом новых требований Базеля II и отраслевой специфики заёмщика. Наиболее перспективными направлениями в развитии методов управления кредитными рисками явля-

ются инвестиции в Bigdata, технологии Биткоин и «Блокчейн». Также руководству банка необходимо грамотно выстроить взаимодействие между сотрудниками банка, риск-менеджерами, специалистами Службы внутреннего контроля и Службы финансового мониторинга.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Ю. Ю. Мазина

А. В. БАЗАРОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

В условиях значительной распространенности потребительского кредитования в России на современном этапе коммерческие банки сформировали миллиардные кредитные портфели. При этом кредитование физических лиц неизменно связано с рядом проблем, которые необходимо решать в целях повышения финансовой грамотности населения и развития банковской системы.

К числу основных проблем потребительского кредитования в современных условиях можно отнести следующие:

- 1) финансовый кризис последних лет;
- 2) проблемы с официальным трудоустройством населения страны;
- 3) завышенные ставки по кредитам и другие.

И как следствие, банки столкнулись с проблемой просроченной задолженности, сумма которой в отдельных случаях составляет более 20% от величины кредитного портфеля.

Анализ проблем российских банков при осуществлении потребительского кредитования необходим в целях формирования грамотной кредитной политики и повышении качества банковского менеджмента. На наш взгляд, банки игнорируют стратегические задачи, ориентируясь на получение максимальной прибыли в короткие сроки. По многим кредитным программам определяют слишком высокие процентные ставки, что «отпугивает» заемщиков. Как правило, в кризисной ситуации в условиях роста безработицы и сокращения реальных доходов населения особое внимание следует уделять оценке кредитоспособности заемщиков. Выявлять недобросовестных заемщиков, проводить консультации и предоставлять скидки и преференции рациональным и добросовестным заемщикам и физическим лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность. Более четко опреде-

лять условия погашения кредита и уплаты процентов за пользование им. Учитывать местонахождение банка.

Таким образом, изучение проблем, оценка последствий влияния этих проблем, позволят сформулировать конкретные стратегические и тактические направления развития потребительского кредитования в России, в конкретном регионе или городе.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

Е. Д. БАЛЯСОВА

Ивановский государственный университет

МЕСТНЫЕ НАЛОГИ В РОССИИ: ИТОГИ РЕФОРМИРОВАНИЯ

Российская налоговая система включает в себя налоги и сборы, устанавливаемые на федеральном, региональном и местном уровнях.

В настоящее время весьма актуальным для российской экономики является проблема местного налогообложения. Местные налоги играют важную роль в формировании местных бюджетов, которые в свою очередь необходимы для решения вопросов местного значения и социально-экономического развития соответствующих муниципальных образований.

Местными налогами выступают налоги и сборы, устанавливаемые Налоговым кодексом РФ и нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления и обязательные к уплате на территориях соответствующих муниципальных образований.

К местным относятся: налог на имущество физических лиц; земельный налог и торговый сбор.

В России налог на имущество физических лиц и земельный налог принадлежат к группе трудно собираемых, администрирование которых затруднено тем, что граждане часто не регистрируют объекты налогообложения, занижают инвентаризационную и кадастровую стоимость имущества. Подобные факты способствуют росту недоимки по налогам и сокращению поступлений налогов в местные бюджеты.

Главная цель земельных преобразований в РФ состоит в обеспечении рационального использования и охраны земель как важнейшего природного ресурса, создании правовых, экономических, организационно-технологических и других условий для воспроизводства и повышения плодородия почвы, сохранения сельских, лесных и других земель, улучшения природной среды, развития сельских и городских поселений. Надо отметить, что в настоящее время доля земельного налога выросла в доходах местных бюджетов ввиду корректировки

Земельного кодекса РФ, законодательного оформления земельных участков в собственность граждан и в других случаях.

По налогу на имущество физических лиц с 2016 года ожидается ежегодное увеличение доходов бюджета в связи с реформированием налоговой базы и сокращением налоговых льгот. Но введение нового налога, на наш взгляд, поспособствует возникновению социальной напряженности в обществе, что нежелательно в условиях кризиса.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

Т. Л. БАРАНОВА

Ивановский государственный университет

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Потребительский кредит это одна из наиболее удобных для физических лиц форм кредитования. В последние годы потребительское кредитование в России развивалось поистине стремительными темпами, количество игроков на рынке росло в геометрической прогрессии. Однако в настоящее время ситуация начала меняться: происходит замедление роста сегмента потребительского кредитования. Существуют достаточно весомые сдерживающие факторы, которые замедляют рост сегмента и даже могут вызвать общий кризис банковской системы. Самой важной причиной является насыщение рынка. Кроме того, ситуация зависит и от самих банков, многие из которых для увеличения объема потребительских кредитов снижают требования при выдаче кредита, что ведет к росту так называемых «безнадежных кредитов», что создает реальную угрозу для банков.

Вопросы развития системы потребительского кредитования затрагивают как проблемы общего состояния денежно-кредитного механизма страны и банковской системы в целом, так и механизма кредитования в отдельном банке, в частности. В то же время, потребительское кредитование связано, как правило, с повышенными для банков кредитными рисками, что обуславливает актуальность проблемы совершенствования потребительского кредитования в коммерческих банках.

При этом можно предложить следующие направления развития потребительского кредитования в коммерческом банке: увеличение пакета предлагаемых клиентам услуг и программ, которые отвечали бы рыночным тенденциям; увеличение каналов кредитных продуктов, с помощью открытия новых представительств и кредитно-

кассовых учреждений, поддержания постоянных отношений с магазинами-партнёрами, поиск новых партнёров и открытие кредитных точек; модификация методов работы с просроченной задолженностью для повышения качества кредитного портфеля (например, обмен базами клиентов из «чёрного списка» с другими банками); развитие маркетинговой деятельности банка; привлечение к работе высококвалифицированных специалистов для успешной реализации стратегии банка.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. Ю. Смольницкая

А. БАРСКАЯ

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ВАЛЮТНЫМИ РИСКАМИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Усиление взаимодействия стран ведет к расширению сферы международных финансовых отношений, увеличению и ускорению валютных потоков. Существенное проявление финансовой глобализации прослеживается в развитии банковского сектора. Также в настоящее время в России вопросы, связанные с изучением сущности и рисков валютных операций приобрели огромное практическое значение. Это связано со сложной внешнеэкономической ситуацией, нестабильным курсом рубля. Поэтому вопрос совершенствования методов управления валютными рисками приобрел особую актуальность.

Процесс управления валютными рисками представляет собой ту часть деятельности руководителей коммерческого банка, которая направлена на экономически эффективную защиту банка от нежелательных сознательных или случайных обстоятельств, наносящих материальный ущерб.

Управление валютными рисками и их минимизация являются приоритетными в деятельности АО «Россельхозбанк». Основным подходом к минимизации банковских рисков является определение их количественных параметров и выработка методов управления рисками. Советом директоров банка принята «Стратегия управления рисками» и утверждена «Политика управления банковскими рисками». В рамках этих документов определяется в том числе минимально приемлемый уровень доходности и максимально допустимый уровень риска по валютным операциям.

В настоящее время для коммерческого банка наиболее актуальными выступают следующие методы управления валютными

рисками: 1) метод «мэтчинг», при использовании которого с помощью вычета поступления валюты из величины её оттока банк имеет возможность оказывать влияние на валютные риски; 2) метод «неттинг», который заключается в максимальном сокращении количества валютных сделок с помощью их укрупнения. Для повышения эффективности использования этих методов управления валютными рисками банкам необходимо тщательно изучать и ежедневно анализировать информацию о состоянии валютных рынков и движении валютных курсов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Шекишьева

А. И. ВИЕЙРА (Гвинея Бисау)
Ивановский государственный университет

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ БЮДЖЕТ РФ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В современных условиях федеральный бюджет формируются на один календарный год с целью обеспечения надежности макроэкономических показателей. На наш взгляд, отказ от трехлетнего планирования в условиях кризиса – мера вынужденная. В рамках бюджетирования - необходимо рассматривать прогноз на долгосрочный или среднесрочный период для обеспечения преемственности бюджетной политики.

К макроэкономическим показателям, лежащим в основе бюджетного планирования по Бюджетному кодексу, относятся объем ВВП и темпы его роста, а также прогнозный уровень инфляции. Мы считаем, что на современном этапе данных показателей недостаточно при формировании федерального бюджета, кроме того, они должны быть обоснованы и реальны.

Планирование доходов и расходов бюджета в условиях кризиса также вызывает ряд вопросов. Во-первых, волатильность цен на нефть, газ и другие экспортные товары. Во-вторых, рост убыточных предприятий. В-третьих, снижение реальных доходов населения, а также увеличение численности безработных. В-четвертых, сокращение количества субъектов малого предпринимательства. В-пятых, жесткие санкции со стороны Европейского союза, США и других стран. Следует отметить, что, несмотря на перечисленные проблемы, необходимо предусмотреть меры по созданию комфортных условий для ведения бизнеса и реализации инвестиционных проектов. Часть вопросов решается в рамках антикризисного плана Правительства РФ.

Наши предложения касаются роли федерального бюджета в условиях кризиса. Безусловно, это – инструмент регулирования эконо-

мических и социальных процессов любого государства. Воздействие осуществляется посредством доходов и расходов. На современном этапе важно не допустить наращивания бюджетного дефицита, необоснованных трат и повышения налоговой нагрузки.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

А. А. ГИГОЛАЕВ

Ивановский государственный университет

РОЛЬ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ В СТИМУЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Рецессия экономики России обусловлена многими факторами, в том числе и «внешними шоками». В этот период для любой страны важно проводить эффективную денежно-кредитную политику. Однако не все методы, на сегодняшний день, мы считаем эффективными.

По мнению руководства Банка России, таргетирование инфляции – единственно правильный способ стимулирования экономического роста. Снижение уровня инфляции достигается путем уменьшения денежной массы, что является необходимостью, так как доля потребления значительно выше доли инвестиций в ВВП, а разница между экспортом и импортом стремиться к нулю. Дальнейшее развитие экономики будет происходить путем повышения курса национальной валюты, высокой деловой и инвестиционной активности именно из-за низкого уровня инфляции. Вместе с этим планируется постепенное снижение ключевой ставки по мере падения уровня инфляции.

Критика в адрес Банка России происходит во многом потому, что эксперты считают неправильным снижение уровня денежной массы в период рецессии путем повышения процентной ставки. Увеличение денежной массы путем снижения процентной ставки не только стимулирует экономический рост, но и увеличивает темпы роста инфляции. Следует отметить, что эффективность данного трансмиссионного механизма существует при условии того, что пассивы коммерческих банков более чем на 20 % состоят из кредитов Банка России. Мы считаем, что снижение процентной ставки приведет скорее к увеличению потребления импортных товаров и услуг, а не к росту инвестиций. Повышение нормы обязательных резервов позволило бы снизить текущий уровень предложения денег, а значит и уровень инфляции.

Есть мнение, что стимулирование экономического роста достигается эмиссией новых денежных знаков, которые Банк России должен предоставить нефинансовому сектору экономики в качестве инвести-

ционного кредита на развитие, исключая рост потребления и инфляции. Мы считаем, что пока нет действенного механизма контроля над эффективностью освоения эмитированных денег, такая форма стимулирования экономики – нецелесообразна, может привести к очередному витку инфляции и снижению курса рубля.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

Н. А. ГРУШИНА

Ивановский государственный университет

БАНК КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ

Легализация незаконных доходов тесно связана с такими явлениями, как бегство (вывод) капитала за рубеж, коррупция, финансирование терроризма, использование офшорных юрисдикций для сокрытия источника происхождения доходов и уклонения от налогов.

Для противодействия легализации преступных доходов создана многоуровневая система, которая включает в себя международные организации, органы государственной власти, финансово-кредитные институты. Среди финансово-кредитных институтов коммерческие банки играют ключевую роль в экономике нашей страны по проводимым операциям и разнообразию предоставляемых услуг.

Коммерческие банки обеспечивают проверку всех своих операций в рамках разрабатываемых международными организациями и национальными органами власти мер по противодействию легализации доходов и несут за это ответственность.

Одной из крайних мер воздействия за нарушение нормативных правовых актов в этой сфере является отзыв лицензий на осуществление банковских операций. За 2014-2015 гг. более половины коммерческих банков, у которых отзывали лицензии, были вовлечены в проведение сомнительных транзитных операций. Также у отдельных банков были несоответствующие законодательству правила внутреннего контроля и порядок идентификации клиентов.

Подобные нарушения наравне с развитием схем легализации преступных доходов (фирмы-однодневки, «молдавские» схемы, бесконтрольный выпуск карт и др.) ведут к росту риска вовлечения банка в легализацию преступных доходов. Поэтому банки вынуждены усиливать системы внутреннего контроля, а также совершенствовать системы риск-менеджмента, приводя их в соответствии с изменяющимся

законодательством и схемами противодействия легализации преступных доходов. Это возможно только при усилении взаимодействия с органами власти по идентификации клиентов и подтверждению достоверности их отчетности, законодательной разработке критериев сомнительных операций, а также создания списка тех, кто причастен к отмыванию преступных доходов.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Н. А. Амосова

Д. А. ГУСЕВА

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Сложившуюся в настоящее время банковскую систему России можно охарактеризовать следующими чертами: во-первых, неоднородность и поляризация по региональному признаку, размерам банков и спектру предоставляемых услуг, во-вторых, низкий уровень капитализации и, в-третьих, недостаточная степень кредитно-депозитной мультипликации.

Возникшие в настоящее время проблемы геополитического характера и ухудшение внешнеэкономических условий оказали негативное воздействие на банковский сектор. В условиях закрытия внешних рынков капитала банкам приходится наращивать капитал на внутреннем рынке и искать выход на новые, то есть привлекать средства физических лиц и корпоративных клиентов и выходить на азиатский рынок.

На 01.01.2016, по данным Банка России, 62,5 % ресурсов, формирующих пассивы банковского сектора, составляют привлеченные кредитными организациями средства от клиентов, то есть физических и юридических лиц. По сравнению с 01.01.15 прирост составил 6,1 %. Данная ситуация свидетельствует об изменении структуры пассивов и росте доли средств клиентов.

Исходя из этого банковская стратегия взаимоотношений с клиентами должна быть направлена как на привлечение новых клиентов, так и их удержание. Поэтому в последнее время банки предлагают не только непосредственно банковские продукты, но и страховые и пенсионные.

Из-за необходимости выхода на азиатский рынок ряд российских банков начали тесное сотрудничество с китайскими для привлечения дополнительного капитала в банковский сектор РФ. Между Рос-

сией и КНР за 2014–2015 гг. были подписаны ряд документов, облегчающих доступ наших банков к китайскому финансовому рынку. Это позволило привлечь в банковский сектор значительный объем долгосрочных финансовых ресурсов.

Таким образом, в настоящее время основным видом ресурсов российских коммерческих банков являются привлеченные средства от клиентов. Следует отметить растущую долю денежных средств с азиатских финансовых рынков.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Ю. Ю. Мазина

М. А. ДУБРОВСКИХ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Существует множество проблем, которые оказывают отрицательное влияние на организацию потребительского кредитования в современных российских коммерческих банках, решения которых на данный момент времени, к сожалению, нет. В связи с этим, кредитный рынок в настоящее время испытывает значительную стагнацию.

К числу таких проблем в российских банках, на сегодняшний день, можно отнести: 1) тяжелый финансовый кризис; 2) проблемы с трудоустройством; 3) очень небольшое количество прогрессивных кредитных программ; 4) высокие ставки по кредитам; 5) плохо налаженная работа с недобросовестными клиентами (должниками).

Все эти вышеперечисленные риск-образующие факторы ослабляют систему потребительского кредитования в коммерческих банках России. Их устранение возможно только при полноценном, комплексном и качественном подходе к решению данной проблемы. Для достижения такого результата следует в значительной мере усовершенствовать законодательную базу отечественной банковской системы. Также огромную негативную роль играет сырьевая зависимость всей экономики страны. Получая доходы только от энергоресурсов, невозможно динамично развиваться государству в целом, и банковской сфере, в частности.

Европейская банковская система могла бы стать отличным примером. Поскольку кредиты там имеют весьма жесткую и качественную правовую основу, как кредитор, так и заемщик в

точности знают свои права и обязанности. Главной проблемой российских коммерческих банков является то, что они хотят получать большую прибыль в кратчайшие сроки, что заставляет их завышать кредитные ставки, а это, в свою очередь, отпугивает заемщиков.

Несмотря на вышеуказанные проблемы, рынок потребительского кредитования России развивается. Этому развитию будут способствовать постепенное совершенствование внешнего и внутреннего банковского законодательства, использование банками современных и эффективных методов управления кредитными рисками при организации потребительского кредитования.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Шекишева

Е. А. КАСАТКИНА

Ивановский государственный университет

«ВОСТОЧНАЯ» АЛЬТЕРНАТИВА И СТАНОВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ

Осложнение геополитической обстановки оказало существенное влияние на экономику страны, что не могло не отразиться и на рынке банковских пластиковых карт. Сложившаяся ситуация, когда большинство банковских карт в России обслуживаются международными платежными системами Visa и MasterCard, сделала их потенциальными рычагами давления со стороны западных стран для продвижения своих интересов. В марте 2014 года платежные системы, реагируя на экономические санкции, перестали проводить операции для клиентов банка «Россия», СМП Банка, Собинбанка и Инвесткапиталбанка, кроме того, Москве пригрозили отключением от системы SWIFT. Встал вопрос обеспечения бесперебойности внутрироссийских операций с банковскими картами. Разработка вариантов дальнейшего развития событий – создание собственной платёжной системы, планы совместной работы с альтернативными платежными системами.

Значимым и необходимым событием для рынка банковских карт стал запуск национальной системы платежных карт – НСПК «Мир», которая призвана обезопасить российские банки и их клиентов от давления со стороны западных стран. Мы считаем, что НСПК заинтересуют представителей самых различных сфер бизнеса путем предложения дешёвых, надёжных и эффективных финансовых продуктов для банков, предприятий, лиц, держателей банковских карт.

Перспективным направлением, можно считать, сотрудничество с Азиатскими карточными платежными системами — китайской UnionPay и японской JCB International. Азиатские партнеры видят большой потен-

циал в российском рынке. UnionPay также заявляла о готовности поделиться с Россией опытом создания национальной платежной системы. Это может позволить китайской и японской платёжным системам занять свою нишу на российском рынке и предложить более выгодные условия отечественным клиентам, такие как прямая конвертация и отсутствие комиссии за нее, бесплатное обслуживание. Данный сегмент является перспективным, активно развивающимся и может составить неплохую конкуренцию Visa и Mastercard на российском рынке банковских пластиковых карт.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

А. Ю. КОНОВАЛОВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

Банковская система в настоящее время находится в затруднительном положении, поэтому большое внимание уделяется вопросам устойчивости банковской системы. Риск потери ликвидности для российских коммерческих банков является структурной проблемой всего банковского сектора. Однако в настоящее время российские банки не испытывают острого недостатка ликвидности. На территории Ивановской области в настоящее время функционирует 39 коммерческих банков, из которых только 4 кредитные организации зарегистрированы на территории региона, к ним относятся АКБ «Кранбанк», КБ «Иваново», КИБ «Евроальянс», Национальный Банк Сбережений.

Проанализировав основные показатели деятельности, связанные с ликвидностью коммерческого банка, можно сделать вывод: все банки, зарегистрированные в Ивановском регионе выполняют требования обязательных нормативов ликвидности.

В 2015 году наблюдались локальные проблемы с ликвидностью, ставшие следствием высокой концентрации банков на одном источнике привлеченных средств. Справились с периодом повышенной вальватильности ресурсной базы только банки, которые поддерживали достаточный запас ликвидных активов либо обладали доступом к источникам дополнительной ликвидности. Слухи о скором отзыве лицензии коснулись и региональный банк АКБ "Кранбанк", однако банк справился с паническими настроениями населения и смог сохранить в своей ресурсной базе значительный объем средств.

В России в целом наблюдается тенденция укрупнения и объединения небольших коммерческих банков. Чтобы сохранить свою деятельность банкам региона необходимо строго выполнять нормативные требования Банка России. Что касается ликвидности, ее необходимо иметь в достаточном количестве, чтобы сохранять доверие клиентов, но в то же время активно использовать свободные средства, с целью получения прибыли. Для снижения степени риска банкам нужно диверсифицировать свои вложения, выдавать не только кредиты, но и активно участвовать в операциях на финансовом рынке, при этом тщательно просчитывать риски по всем сделкам и стремиться к оптимальному соотношению между риском и доходностью.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. А. Бибикина

Е. В. КОРОВКИНА

Ивановский государственный университет

РАЗВИТИЕ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ: ПУТЬ К СТАБИЛЬНОСТИ

Национальная платежная система (НПС) является неотъемлемой частью финансовой инфраструктуры рыночной экономики.

Система передачи финансовых сообщений ЦБ создана в конце 2014 года как альтернатива глобальной SWIFT на фоне угроз отключения последней в рамках западных санкций против России. Но эта система еще имеет недоработки по сравнению со SWIFT, что в настоящий момент является недопустимым для высокой конкурентоспособности коммерческих банков. Эксперты называют стабильное функционирование платежной системы одной из критически важных систем с точки зрения жизнеспособности государства. В настоящее время стабильное функционирование платежной системы коммерческих банков зависит от ряда факторов.

Денег (теории и практического применения). Достаточно привести тот факт, что за 2014 г. платежной системой России было проведено 4381 млн платежей на сумму 1438 трлн. руб.;

Кредит – для стабильного и бесперебойного функционирования НПС необходимо наличие овердрафтного кредитования из-за высокой скорости совершения платежей;

Право – движение денег должно быть строго регламентировано со стороны законодательства;

Небанковские кредитные организации – деятельность платежных агентов и субагентов способствует целостности платежной инфраструктуры;

Противодействие отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма – наличие большого выбора электронных способов совершения переводов открывает доступ для незаконной деятельности;

Технологии - информационные, компьютерные, телекоммуникационных систем, их стандартизации, сертификации и гармонизации с международными стандартами. Работу НПС, представляющей собой огромную платежную индустрию, отличают высокая технологичность и исключительная динамичность развития.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Ю. Ю. Мазина

Ю. С. КУЗЬМИНА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

В данное время в нашей стране идет поиск и становление таких оптимальных форм устройства кредитной системы, которые эффективно работают на рынке капиталов, а также поиск новых методов обслуживания коммерческих структур. Вместе с тем, проводятся работы по улучшению обслуживания частных лиц и привлечению их денежных средств. Создание устойчивой, гибкой и эффективной банковской инфраструктуры - одна из самых важных и достаточно сложных задач экономической реформы в России.

Проблемы управления кредитным портфелем актуальны, так как, во-первых, все отечественные банки пытаются применить методы управления кредитным портфелем из опыта и знаний зарубежных партнеров. По их мнению, проще и быстрее внедрить уже готовую модель. Но также необходимы собственные методы, которые будут адаптированы к российским условиям, чтобы избежать потенциального риска. И во-вторых, сложное положение банковской системы, связанное с украинским конфликтом, падением рубля и санкциями, введенными западными странами. О тяжелом состоянии финансовой системы свидетельствует дефицит капиталов даже у государственных банков.

Проблемы с банковским сектором существовали и до санкций и

валютного кризиса. Рейтинговое агентство прогнозировало рост активов банков только на 8 %, а кредитного портфеля – на 7 %. Этот рост способствует кредитованию крупного бизнеса, в то время как потребительское кредитование фактически прекратилось. За последний год просроченная кредитная задолженность физических лиц выросла на 53 % и достигла 671,5 млрд. рублей.

Важно учесть, что бессистемное формирование портфеля кредитов и управление таким портфелем может иметь непредвиденные негативные последствия для банка. Вероятность появления ошибок в управлении качеством кредитов возрастает и из-за отсутствия у банка четких ориентиров деятельности или четкого осознания проводимой банковской политики каждым работником.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Шекиужева

ЛЕ МИ ЧАНГ

Ивановский государственный университет

РАЗВИТИЕ НОВЫХ КРЕДИТНЫХ ПРОДУКТОВ ПРИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТОВАНИИ

Согласно проведенным исследованиям рынок банковских услуг является одной из важнейших и неотъемлемых составляющих современной рыночной экономики. Поэтому сегодня возрастает интерес к различным аспектам деятельности банковских систем и методов управления ими. Банковские продукты являются традиционной сферой банковского предпринимательства, направленного на повышение доходов банков и удовлетворение потребностей частных и корпоративных клиентов в развитии национальной экономики.

Выбор темы обусловлен необходимостью нового подхода к коммуникационной политике банков, организации банковского обслуживания клиентуры в условиях рыночной экономики. Изучение рынка банковских услуг будет стимулировать использование передовых технологий в обслуживании клиентов, позволит снизить издержки и повысить качество предлагаемых банковских услуг.

Из сказанного выше следует, что необходимо ввести на рынок банковских услуг такой банковский продукт, который будет удовлетворять основные потребности граждан и, как следствие, повысит к конкретному банку доверие и интерес.

ОАО «Сбербанк России» отличается от многих других банков широким спектром услуг. Но современные условия развития банковского рынка и запросы клиентов требуют развития существующих и разработ-

ки новых банковских продуктов/услуг. Во многом это касается кредитных продуктов. С точки зрения социально-экономической значимости, для ОАО «Сбербанк России» целями развития кредитных продуктов являются следующие: максимизация прибыли банка, обеспечение ликвидности своих активов, максимизация степени удовлетворения потребителей, максимизация качества и количества решаемых задач для финансирования бизнеса клиента.

Одним из новых внедряемых продуктов АО «Сбербанк» является «коробочный» страховой продукт. Коробочное страхование – это уникальная совместная программа АО «Альфа страхование» и АО «Сбербанк России» по страхованию физических лиц. Программа «коробочного» страхования включает страхование для держателей банковских карт, имущества физических лиц, а также программу создания накоплений.

Научный руководитель: канд.экон.наук., доцент Н.Ю. Смольницкая

П. С. ЛЕБЕДЕВА

Ивановский государственный университет

ДОЛГОСРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Долгосрочная финансовая политика является основным инструментом реализации базовой стратегии фирмы. В ее основе лежит система решений и намеченных направлений деятельности, рассчитанных на долгосрочную перспективу и предусматривающих достижение поставленных целей и финансовых задач по обеспечению оптимальной и стабильной работы хозяйственной структуры, исходя из сложившейся действительности и планируемых результатов. С развитием рыночной экономики и ужесточением конкуренции роль долгосрочной финансовой политики предприятия возрастает. Данная проблема является широко обсуждаемой и дискуссионной в связи с современной экономической ситуацией в стране.

Электроэнергетическая отрасль является важнейшей инфраструктурной отраслью, от эффективности которой зависит жизнедеятельность общества в самых различных сферах: в производстве и в быту, в строительстве и ЖКХ, на транспорте и в связи.

На сегодняшний день системной проблемой всей энергетической отрасли России является износ оборудования, что приводит к потерям электроэнергии. Чтобы решить данную проблему необходимо проводить политику в области модернизации производственных мощ-

ностей, для чего требуются дополнительные средства или инвестиции. По мнению Минэнерго, для поддержания надежного энергоснабжения в отрасли, необходимо 67 % инвестиционных средств направлять на строительство новых объектов, 18 % — на ремонт и 15 % — на реконструкцию и модернизацию.

Выбрав в качестве примера Кольскую АЭС, можно сделать вывод о том, что данное предприятие также испытывает проблемы износа энергооборудования. При этом, вместо строительства новых более мощных энергоблоков, в 2013 году было принято решение о повторном продлении сроков эксплуатации ныне работающих энергоблоков еще на 15 лет. В этой ситуации важным направлением долгосрочной финансовой политики предприятия должен стать поиск инвестиционных ресурсов и оптимизация структуры капитала для обеспечения финансовой устойчивости организации.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. Ю. Смольницкая

И. А. МАВРЫЧЕВ

Ивановский государственный университет

РОЛЬ НАЛОГОВ В ФИНАНСОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

Уровень и качество жизни людей, а так же политическая и социальная стабильность зависят от доступности услуг, связанных с образованием, здравоохранением, культурой, социальным обслуживанием, а также от возможности получения достойной заработной платы и компенсации ее утраты в результате потери трудоспособности. Именно поэтому одной из важнейших задач государства является финансирование базовых социальных услуг и инфраструктуры, а также обеспечение социальной безопасности граждан. Решение этих задач осуществляется путем прямого и косвенного воздействия на социальные процессы. Одним из механизмов косвенного воздействия выступают налоги и сборы.

На основе выделенных в литературе принципов и функций налогов, мы рассмотрели следующие методы налогового регулирования социальных процессов:

Во-первых, дифференциация налоговых ставок. Примерами могут выступать все имущественные налоги. По транспортному налогу - чем меньше мощность двигателя, тем ниже ставка налога. По налогу на имущество физических лиц – действует прогрессивная шкала налогообложения в зависимости от кадастровой стоимости имущества;

Во-вторых, налоговые льготы. Налоговые льготы и преференции имеют многосторонний характер. С одной стороны, предоставляют полное освобождение от уплаты налога, с другой – ограничиваются налоговым вычетом. Только по налогу на доходы физических лиц имеются четыре группы налоговых вычетов: стандартные, социальные, имущественные и профессиональные. На наш взгляд, действие большинства налоговых льгот зачастую не приносит желаемого эффекта, так как распространяется на всех граждан без учета нуждаемости;

В-третьих, налоговые санкции. Необходимо отметить, что штрафы и пени по налогам, действующие в отношении физических лиц, оказывают существенное влияние не только на бюджет домашнего хозяйства, но и возможность поездки за границу, трудоустройство.

Налоги оказывают воздействие на социальные процессы, но на наш взгляд, не всегда учитывается адресный характер и нуждаемость.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

Т. Т. МАЦИЕВА

Ивановский государственный университет

БАНКОСТРАХОВАНИЕ В РОССИИ: ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Изменение политики Центрального Банка в отношении ключевой ставки, колебание курса рубля, резкое сокращение платежеспособного населения, снижение доходов физических лиц – все это в определенной мере оказало влияние на экономику России, в частности, на ее финансовый сектор. Поэтому в современных условиях наиболее актуальное значение приобретает развитие банкострахования как относительно нового сегмента финансового рынка.

Данное направление подразумевает под собой поэтапный процесс интеграции банковского и страхового бизнеса через потребителей вплоть до создания финансового супермаркета с целью реализации как страховых, так и банковских продуктов, совмещая каналы продаж и клиентскую базу партнеров, страхование рисков самих банков.

Несмотря на сокращение кредитования, банки в 2015 году оставались главными партнерами страховщиков. При этом акцент в сотрудничестве сместился на некредитные страховые продукты: накопительное и инвестиционное страхование жизни, коробочные продукты по страхованию имущества, а также комплексные программы. Опыт

работы на финансовом рынке и переход банков на агентскую схему позволили построить эффективную инвестиционную политику и достичь синергетического эффекта в части серьезного увеличения комиссионных вознаграждений.

Однако широкое применение вмененного страхования послужило причиной возникновения проблемы, формирующей у населения негативное отношение и недоверие к данным финансовым учреждениям. С учетом данного факта в 2016 году наиболее востребованными будут являться страховые продукты, которые гармонично дополняют банковские и удовлетворяют потребности клиентов в финансовой защите.

Таким образом, следует предложить разработку и оптимизацию новых корпоративных продуктов, работу над улучшением клиентского сервиса, в частности, продаж через интернет-сайты онлайн-продуктов.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. А. Бибикина

Э. Ч. МБЕВЕ

Ивановский государственный университет

ВАЛЮТНЫЙ РИСК В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ: ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ

Валютный риск - неожиданные и неблагоприятные колебания валютных курсов, которые негативно влияют на стоимость финансовых потоков и чистую стоимость активов и обязательств банковских институтов, полагающихся на иностранную валюту. Этот риск является самым комплексным и сложным риском, так как валютный курс очень изменчив и нестабилен в силу большой волатильности. В результате, валютный риск очень сложно оценить и прогнозировать, хотя существует ряд методов и инструментов управления этим риском.

Во-первых, можно выделить основные этапы управления валютным риском:

Анализ и прогнозирование факторов риска - на этом этапе происходит выявление факторов риска и проводится идентификация рисков;

Оценка риска - здесь выбирается стратегия и тактика управления (тип рискового поведения и методы управления);

Разработка и реализация стратегии управления валютным риском - определение конкретных задач, их распределение среди исполнителей, источники финансирования и проведение консультации со специалистами;

Мониторинг результатов и оценка эффективности выбранных стратегии и метода управления рисками. На данном этапе отслеживается риск и оценивается эффективность проведенных мероприятий, а также, при необходимости, корректируется выбранная ранее траектория действий, с учетом новой информации.

Во-вторых, определить методы и инструменты управления валютным риском.

В-третьих, рассчитать валютную позицию, поскольку финансовые результаты деятельности банка зависят не только от изменения валютного курса, но и от валютной позиции.

Имея это, банк способен предотвращать, ограничивать или минимизировать потери. В противном случае, банк может пострадать из-за неумения оценить и управлять риском, а это может повлечь за собой отток капитала.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент И.В. Курникова

Д. В. МИХАЙЛОВА

Ивановский государственный университет

ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА: АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЛАН

Особенностью субъектов малого предпринимательства является отсутствие у них возможности наравне конкурировать с другими субъектами хозяйствования по таким признакам, как доступ к кредитным ресурсам, государственным инвестициям и заказам. Кроме того, малый бизнес способен быстро адаптироваться к изменениям внешней среды, а также обеспечить занятость населения. Поэтому любое государство проводит целенаправленную политику государственной финансовой поддержки этой группы субъектов экономики. Мы считаем, что финансовая поддержка особенно необходима в условиях кризиса и в связи с введением экономических санкций в отношении Российской Федерации. Формы и методы финансового регулирования и стимулирования малого бизнеса обозначены в законодательстве на федеральном, региональном и местном уровнях. На наш взгляд, этих мер пока недостаточно для развития и их стабильного функционирования. С целью дополнительной поддержки данного субъекта рынка в РФ была утверждена антикризисная программа. Практически все запланированные мероприятия касаются снижения налоговой нагрузки на эту категорию предпринимателей. Во-первых, расширяется круг предприятий, которые относятся к категории малых и средних, за счет двукратного увеличения предельных значений выручки от реализации

товаров (работ, услуг). Во-вторых, вводится льготный период налогообложения - в течение двух лет будут действовать налоговые каникулы в отношении впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, оказывающих производственные и бытовые услуги. В-третьих, планируется снижение ставок единого налога при применении специальных налоговых режимов. В-четвертых, рассматривается возможность выделения грантов для данной категории при условии осуществления инвестиций и инноваций. Таким образом, данные меры финансовой поддержки могут стать импульсом для регистрации индивидуальных предпринимателей и создания малого предприятия, а для действующих субъектов – стимулом для дальнейшего развития и совершенствования.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

Д. М. НАЗИР

Ивановский государственный университет

СТРУКТУРА ДЕПОЗИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных условиях развития экономики проблема формирования ресурсов имеет первостепенное значение. Масштабы деятельности банков зависят от совокупности объема ресурсов, которыми они располагают, и особенно от суммы привлеченных ресурсов. Анализируя структуру депозитного портфеля кредитных организаций в целом по стране, мы видим активный прирост депозитных ресурсов, доля депозитов физических и юридических лиц возросла на 3 % и 2 % соответственно. Тенденция активного привлечения банками средств клиентов стабильно сохраняется. Для более четкого представления реальности проанализируем депозитные портфели таких банков, как Сбербанк, ВТБ24, Россельхозбанк.

Анализируя депозитный портфель ВТБ24, мы выяснили, что объем срочных депозитов физических лиц по итогам 2015 года составил 1,72 трлн рублей. За год портфель вырос на 452 млрд рублей, или 25 %. Портфель привлеченных средств физлиц увеличился на 499 млрд рублей и на 1 января 2016 года превысил 2 трлн. Портфель средств юридических лиц увеличился до 303 млрд рублей. Общий объем депозитного портфеля Россельхозбанка в период с 1 января 2015 года по 1 января 2016 года возрос на 74,36 %, что в абсолютном выражении составило 162,2 трлн. руб.. За год доля депозитов физических лиц сократилась с 44,2 % до 41,02 %. Доля депозитов юридиче-

ских лиц возросла на 1,51 % и на 1 января 2016 года составила 261,2 млрд. руб.

Сбербанк по состоянию на 1 января 2015 года сформировал депозитный портфель общим объемом 12,2 трлн. руб.. В структуре портфеля депозиты физических лиц занимали 66,44 %, а корпоративных клиентов – 25,39 %. За 2015 год прирост общей суммы депозитов составил 26,51 %. Прирост депозитов граждан и корпоративных клиентов составил 28 % и 37 % соответственно. Доля депозитов физических и юридических лиц возросла незначительно на 1 % и 2 % соответственно.

Таким образом, общий объем привлекаемых банками средств вырос значительно. В связи с отзывом лицензий у большого количества кредитных организаций, население и организации перемещают свои средства в более надежные кредитные институты. Доля вкладов физических лиц по-прежнему превышает депозиты организаций.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Ю. Ю. Мазина

А. Д. НОВИКОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ СОБИРАЕМОСТИ НАЛОГОВ В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Экономическая ситуация, сложившаяся в России при переходе к рыночным отношениям, вызвала необходимость модернизации действующей налоговой системы. В связи с чем, одним из приоритетных направлений деятельности налоговых органов по формированию эффективной системы налогообложения уже на протяжении последних 20 лет является обеспечение должного контроля за исполнением налогоплательщиками своих обязательств, повышение собираемости и снижение задолженности по налогам и сборам в бюджетную систему РФ.

Уклонение от уплаты налогов - способы уменьшения налоговых платежей, при которых налогоплательщик умышленно избегает уплаты налога или уменьшает размер своих налоговых обязательств с нарушением действующего законодательства. Причины, подталкивающие предпринимателей к уклонению от уплаты налогов: моральные, политические, экономические, правовые.

Уклонение от уплаты налогов не просто противоречит действующим нормам налогового, уголовного и административного права, но и нарушает интересы граждан, материальное обеспечение которых

должно полностью или частично осуществляться обществом и государством.

Особую значимость приобретают меры, предпринимаемые государством для предотвращения налогового законодательства. Существует несколько способов борьбы с уклонением от уплаты налогов. Например, совершенствование нормативно-правовой базы, дающее возможность закрыть вполне законные пути, используемые для уклонения от уплаты налогов, ужесточение санкций против нарушителей налогового законодательства и другие. Не менее важными так же являются методы формирования социального и гражданского самосознания, налоговой культуры и налоговой морали.

Уклонение от налогов — это неизбежный процесс, характерный для всех стран мира. Однако существует реальная возможность уменьшения масштабов данного явления. Для этого необходимо комплексное применение мер по совершенствованию законодательства, усилению контроля и воспитанию налоговой культуры.

Научный руководитель: преподаватель А. А. Борунова

А. Л. НОВИКОВА

Ивановский государственный университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Налоговая политика является одним из важнейших направлений региональной финансовой политики.

Рассматривая показатели бюджета Ивановской области за период 2014-2015 гг., можно отметить, что в регионе наблюдаются негативные тенденции, связанные с сокращением доходной части бюджета, непринятием новых расходных обязательств и наращиванием государственного долга. Одним из способов сокращения дефицита регионального бюджета является политика в области бюджетных доходов, основная роль в которой отводится налогам и сборам. Проведенный анализ показал недопоступление налоговых доходов, за исключением государственной пошлины и налога на имущество организаций. При этом повышение собираемости имущественного налога в бюджет Ивановской области связано с переходом в 2015 году на новый механизм его исчисления и уплаты для офисных, торгово-развлекательных и торговых центров. Сумма налога уплачивается даже при применении упрощенной системы налогообложения и зависит от кадастровой стоимости объекта, а не остаточной, как было ранее. В будущем этот налог будет сокращаться ввиду многочисленных споров, связанных с

кадастровой оценкой данных объектов. Уже в этом году выпадающие доходы по налогу на имущество организаций составят порядка трех процентов.

На наш взгляд, налоговую политику региона нельзя назвать эффективной по ряду причин: 1) неравномерное налогообложение доходов организаций; 2) увеличение налоговых ставок вместо расширения налоговой базы; 3) несовершенное налоговое администрирование, направленное, в основном, на законопослушных налогоплательщиков.

Приоритетным направлением современного этапа развития налогообложения и налоговой политики государства, региона остается недопущение увеличения налоговой нагрузки на экономику. Поэтому наши предложения касаются: во-первых, повышения собираемости действующих налогов и сборов; во-вторых, развития налоговой культуры и финансовой грамотности в сфере налогообложения, в-третьих, усиления роли налогового консультирования.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

К. И. ПИТАЛЕВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

В современных условиях все более актуальной для всех рыночных субъектов становится проблема управления кредитным риском с целью его минимизации.

В 2015 году обратной стороной массового рефинансирования крупных долгов стал рост концентрации кредитных рисков в банковской системе. Уже сейчас, несмотря на то, что доля крупных кредитных рисков в активах банковского сектора находится на уровне 25–26%, у отдельных крупных банков этот показатель значительно выше. Качество кредитных портфелей российских банков заметно снизилось в 2015 году, что в частности выразилось в росте просроченной задолженности с 3,8% в начале года до 5,5% на 1 января 2016 года. Таким образом, кредитный риск остается ключевым для банковского сектора.

В связи с этим необходимо создавать эффективную систему управления кредитным риском, например, такую, какую предлагает модуль EGAR E4 Banking в отношении физических лиц, а именно автоматизацию фронт-офиса банка – скоринг физических лиц с использованием данных макроэкономических показателей. Существует также другая система «CrossChecker» Express, которая автоматизирует в

большей степени проверку лишь поданных кредитных заявок, что существенно снижает затраты времени.

Однако ни одна из них не рассматривает качественную оценку заемщика, не предусматривает вывода решения самому клиенту. Поэтому нам необходимо усовершенствовать уже имеющиеся и создать новую систему, направленную на кредитный процесс в целом, включающую планирование, управление и контроль, которая позволит банку иметь точную и подробную информацию о величине и характере кредитного риска, как в рамках отдельного кредита, так и кредитного портфеля в целом. Она должна предлагать пути решения по минимизации риска (поиск поручителей, залог и др.). Также будет необходимо связать такую систему с уже внедренными в банке, для проверки подлинности, для определения уникальных характеристик. Она позволит увеличить поток клиентов, при этом лишь увеличивая прибыль.

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Е. А. Бибикова

У. Н. ПРОКОФЬЕВА

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КРЕДИТОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ

Прошлый 2015 год был довольно сложным для отечественной экономики – значительное падение курса национальной валюты, сокращение объёма ВВП почти на 5 % и другие негативные факторы способствовали значительному ухудшению макроэкономических показателей в банковском секторе. У ряда небольших банков была отозвана лицензия, ЦБ РФ был вынужден пойти на суровые меры и очистить рынок от наиболее слабых игроков. Вышеперечисленные события повлияли и на рынок кредитования: кредиты в 2016 году стали давать реже и меньшее количество финансовых организаций.

В связи с этим ужесточились критерии отбора заёмщиков как физических, так и юридических лиц. Идеальным корпоративным клиентом для банка является предприятие, имеющее положительную репутацию, эффективный финансовый менеджмент, стабильно высокий уровень доходности и официальную бухгалтерскую отчетность. Но соблюдение всех вышеперечисленных требований для малого бизнеса является весьма проблематичным.

Также замедлились темпы кредитования юридических лиц. Ряд банков уменьшил максимальный срок кредитования, повысив при этом процентные ставки по корпоративным кредитам. Предприятиям стано-

вится невыгодно кредитоваться на этих условиях, так как из-за очень высоких ставок срок окупаемости капиталовложений увеличивается, или инвестиционный проект и вовсе признается убыточным. Если раньше у российских компаний была возможность брать кредиты за рубежом на более выгодных условиях, а именно, по более низким процентным ставкам с довольно приличным сроком кредитования, то в связи с западными санкциями, этот рынок оказался закрыт.

Еще одной из проблем, вызывающих трудности работы банков с юридическими лицами, является безупречная законодательная и налоговая база в этом направлении. Сейчас изменения происходят молниеносно, поэтому становится сложным удержать бизнес в рамках разработанного законопроекта, поэтому необходимо динамичное изменение законодательной базы, согласованное с требованиями рынка. Несмотря на все трудности и новые условия работы банковской системы, если ты являешься добросовестным заемщиком с хорошей кредитной историей, то сможет беспрепятственно получить кредит.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Ю. Ю. Мазина

И. В. ПУЗЫРЕВ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМА ЛИКВИДНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

Внешнеполитические и экономические события последних двух лет, несомненно, пагубно отразились на банковском секторе. Начиная с середины 2014 года возможность российских банков привлекать западные кредитные ресурсы существенно ограничена ввиду санкций. Как это повлияло на ликвидность региональных банков? Каково современное состояние ликвидности коммерческих банков Ивановской области? Какую политику управления ресурсами следует избрать?

Рассматривая значения обязательных нормативов ликвидности региональных банков Ивановской области, можно сделать вывод о наличии избыточной ликвидности. Так, по состоянию на 01.01.2016 среднее значение норматива мгновенной ликвидности превышает минимально допустимое почти в 10 раз, текущей ликвидности – в 3,5 раза. Норматив долгосрочной ликвидности ниже максимально допустимого значения почти в 2,5 раза. С чем же может быть связана столь высокая ликвидность региональных банков?

Во-первых, основным видом привлеченных средств ивановских банков выступают вклады физических лиц. За последние пять лет доля

этого источника в привлеченных средствах увеличилась с 50 до 78 %. Поскольку политические, экономические, психологические и прочие факторы могут спровоцировать панику среди населения и вызвать массовый отток денежных средств, банки проводят более консервативную политику размещения средств в активные операции.

Во-вторых, в связи с ухудшением экономической обстановки резко обострилась проблема с поиском качественного заемщика. В период с 01.01.14 по 01.02.16 доля просроченной задолженности нефинансовых организаций и физических лиц возросла с 4,2 до 7,2 %, превысив максимум мирового финансового кризиса 2008 года (6,7 %).

С учетом приведенных выше факторов столь высокие значения показателей ликвидности не вызывают особой тревоги. Возможно, банкам действительно следует переждать этот период нестабильности, и проводить достаточно сдержанную политику размещения средств в активы.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. А. Бибикина

В. С. РАНЖИНА

Ивановский государственный университет

ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОМ ОБСЛУЖИВАНИИ: МОБИЛЬНЫЙ БАНКИНГ

Сегодня банки для получения конкурентных преимуществ вынуждены постоянно внедрять инновации в процесс своей работы. Это связано с тем, что все коммерческие банки предлагают примерно одинаковые услуги по сопоставимым ценам.

На первый план выходит дистанционное банковское обслуживание, позволяющее клиенту осуществлять операции за пределами расчетно-кассовых центров. Удаленное управление счетом сегодня возможно с помощью интернета и мобильной связи.

Мобильный банкинг представляет управление банковским счетом с помощью планшетного, смартфона или обычного телефона. До появления смартфонов с выходом в интернет мобильным банкингом признавался исключительно смс-банкинг. Однако сегодня существует мнение о том, что приложения для мобильного банкинга – это приложения для интернет-банкинга, но с урезанным функционалом.

По статистике Центрально банка РФ на 1 октября 2015 года открыто 147 тысяч счетов с дистанционным доступом, из которых 97 % принадлежит физическим лицам. Следует отметить, что 73 % счетов

являются счетами с доступом посредством сообщений с использованием абонентских устройств мобильной связи.

В 2014 году через мобильный банк было осуществлено платежей на сумму порядка 15 млрд рублей, ожидается, что эта сумма увеличится по итогам 2015 года на 30 %. По статистике клиентами чаще всего осуществляется проверка баланса и последних операций, а также переводы между своими счетами, оплата телекоммуникационных услуг.

Количество пользователей мобильным банком неуклонно растет, по итогам 2015 года их доля составляет 58 %. Наиболее высокую долю пользователей мобильного банкинга по отношению ко всем клиентам банка, имеющим доступ к интернету, показывают Сбербанк России (46 %) и Связной Банк (37 %). Наименьшую долю (около 10 %) — Ренессанс Кредит, Банк Москвы, Россельхозбанк.

Сегодня можно говорить о непрерывно поиске идей, новинок в сфере мобильного банковского обслуживания, а также дистанционного обслуживания в целом как физических, так и юридических лиц.

Научный руководитель: кан. экон. наук, доц. Ю. Ю. Мазина

Л. М. РЕУТОВА

Ивановский государственный университет

БИТРУБЛЬ: ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ СРЕДИ КРИПТОВАЛЮТ МИРА?

Криптовалюта – это электронные деньги, которые любой человек может производить самостоятельно на своем компьютере, они могут использоваться в качестве средства платежа, у них есть свой курс, их можно обменивать на национальную валюту, валюту других государств, валюту других электронных платежных систем.

Первый представитель таких платежных систем – биткоин, созданный в 2009 году неизвестным человеком или группой людей, которые назвали себя Сатоси Накамото. На сегодняшний день существуют аналоги биткоина и их более 150.

В середине сентября стало известно, что платёжный сервис Qiwi намерен разработать первую в России криптовалюту — битрубль. Однако, главный аргумент противников российской криптовалюты - положение Конституции РФ, которая определяет единственной государственной валютой рубль. Оборота других денег в стране запрещен. Основными недостатками криптовалют ЦБ РФ признаются следующие: 1) электронные валюты могут использоваться для отмывания ре-

альных денег и спонсирования терроризма; 2) эмиссия криптовалюты опасна неспособностью контролировать ее выпуск. Кроме того, биткойны удобны для оплаты нелегальных услуг.

С другой стороны, независимость и анонимность криптовалюты несут свои бонусы для пользователей — например, низкая или нулевая комиссия и быстрота проведения транзакций. Глава Центробанка Э. Набиуллина считает, что в технологии оборота криптовалют существуют свои риски и недочеты, однако, при детальном изучении и непосредственном участии финрегулятора первая российская криптовалюта имеет право на жизнь.

Подводя итог, можно сказать, криптовалюты, обвиняют в использовании как средств для отмывания денег мафий, этому способствует полная анонимность пользователей сети. Но с другой стороны появились целые биржи криптовалют и сервисы для торговли криптовалютами онлайн аналогично торговле на форекс и других мировых рынках, и данный аспект указывает на то, что так или иначе Россия введёт в оборот электронные деньги: технологии такого масштаба и потенциала просто нельзя не использовать.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Н. Ю. Смольницкая

В. С. САФРОНОВА

Ивановский государственный университет

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Устойчивое развитие экономики сопровождается постоянным увеличением объёма финансовых операций, и, как следствие, увеличением значимости банковского сектора.

Развивая и совершенствуя банковские продукты, банки конкурируют за привлечение новых клиентов и сохранение стабильной клиентской базы. Именно конкуренция на рынке банковских продуктов, на наш взгляд, воздействует на устойчивость банковской системы. С одной стороны, позволяет увеличить эффективность функционирования и прочность банковского сектора. Например, такое нововведение как кредитные карты с льготным периодом кредитования позволяют не только повысить клиентскую базу, но и снизить значительную часть операционных издержек банка. С другой – увеличивающаяся конкурентная среда снижает устойчивость банковской системы, поскольку для сохранения высокого уровня прибыли банки вынуждены брать на себя чрезмерные риски. В связи с этим, встает вопрос о необходимости

построения инновационных механизмов предоставления банковских услуг с целью минимизации рисков, специфичных для банковской деятельности.

На наш взгляд, банкам необходимо развивать продукты, минимизируя при этом свои риски путем совершенствования процедуры взаимодействия с клиентами на основе принципа разделения рисков. Более того формировать партнёрские отношения со своими клиентами. Так, например, банки и их клиенты могут принимать совместное участие в реализации и финансировании различных инвестиционных проектов.

Таким образом, основными приоритетами развития рынка банковских продуктов должны стать продукты и услуги, позволяющие обеспечить разделение рисков между банком и клиентом, прозрачность операций, взаимное стимулирование развития банка и клиента, ориентацию на развитие принципа доверия клиента финансовому посреднику.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

Ю. С. СЕРГЕЕВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИИ

Контроль над развитием социально-экономических процессов в обществе является важной сферой деятельности по управлению народным хозяйством. Финансовый контроль является составной частью единого механизма государственного контроля, без осуществления которого невозможно нормальное функционирование экономики и финансовой системы. Его назначение заключается в содействии успешной реализации финансовой политики государства, обеспечении процесса формирования и эффективного использования финансовых ресурсов во всех сферах и звеньях народного хозяйства.

В настоящее время качество финансового контроля остается на низком уровне. Основная проблема неэффективности системы финансового контроля заключается в том, что нет достаточно точного определения места и роли каждого контрольного органа, отсутствует четкое разграничение сфер их деятельности. Для решения данной проблемы необходимо достичь единообразия в понятии правового статуса высших органов финансового контроля.

Важной проблемой осуществления контроля является низкий процент возврата бюджетных средств по результатам проведенных ревизий и проверок, что требует принятия комплекса мер по повышению ответственности должностных лиц за неисполнение предписаний контрольных органов. Одной из ключевых остается проблема подготовки кадров контрольных органов. Необходимость регулярного повышения квалификации и профессионального уровня обусловлена постоянным изменением действующей нормативно-правовой базы.

Еще одним из проблемных вопросов осуществления финансового контроля является оценка его эффективности. К сожалению, в законодательстве Российской Федерации отсутствуют критерии оценки результативности контрольных мероприятий, поэтому существующую сейчас в стране систему органов государственного финансового контроля трудно назвать эффективной.

Таким образом, можно сделать вывод, что необходима качественная переработка действующих правовых норм в сфере регулирования финансового контроля, устранение несогласованностей и противоречий правового регулирования системы органов государственного финансового контроля.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. А. Бибикина

Н. Е. СМУРОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ВВЕДЕНИЯ НОРМАТИВА КРАТКОСРОЧНОЙ ЛИКВИДНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Банк России устанавливает для коммерческих банков перечень обязательных нормативов, выполнение которых предполагает стабильное их функционирование. С недавнего времени к уже существующим нормативам ликвидности добавился новый – норматив краткосрочной ликвидности, разработанный в соответствии с документами Базельского комитета по банковскому надзору. В связи с этим возникает риск невыполнения этого показателя.

С целью сведения к минимуму данного риска Центральный Банк предполагает обязательность выполнения норматива только для системно значимых банков, а также устанавливает его на минимально допустимом числовом значении в размере 70% с последующим повышением на десять процентных пунктов ежегодно до достижения значения 100% с 1 января 2019 года.

Несмотря на принятые меры, в дальнейшем у банков могут возникнуть проблемы с выполнением нового показателя ликвидности, поскольку на данный момент банковская система испытывает трудности, вызванные кризисом. Об этом говорят действия самого регулятора, который несколько раз переносил срок введения норматива.

Свидетельством сложностей с выполнением норматива может служить факт открытия кредитных линий Центральным Банком нескольким системно значимым кредитным организациям на сумму около 600 миллиардов рублей для соблюдения LCR. К тому же, анализ ликвидных позиций коммерческих банков говорит о том, что у большинства из них в настоящий момент нет достаточного объема ликвидных активов. Данное обстоятельство также повышает вероятность возникновения трудностей.

Основная проблема выполнения требований к минимальному размеру показателя краткосрочной ликвидности заключается в отсутствии достаточного количества подходящих ликвидных ценных бумаг на рынке.

В связи с вышеперечисленными положениями Центральный Банк должен разработать дополнительные меры помощи банкам в выполнении норматива.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. А. Бибикина

Н. В. ТАРАСОВА

Ивановский государственный университет

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

В современных условиях кризиса в России, а также международных экономических санкций российский банковский сектор переживает не простой период. Усиливается конкуренция на банковском рынке, что требует от банков особой гибкости и маневренности деятельности. В связи с этим банковская конкурентоспособность является одной из ключевых характеристик, а одним из факторов повышения конкурентоспособности является применение инновационных банковских технологий.

Банковские инновации — это технологические нововведения, которые влекут за собой организационно-управленческие, финансовые, информационно-технологические, институциональные изменения во всех сферах деятельности банка. Экономический эффект банковских инноваций проявляется во всех результатах функционирования

банка, в том числе в расширении клиентской базы банка, сокращении транзакционных издержек, увеличении доли рынка, в обеспечении устойчивости банка в долгосрочной перспективе и т.д.

При использовании в банках современного технологического оборудования повышается эффективность и конкурентоспособность оказываемых услуг, изменяются технологии обслуживания клиентов. Банк получает дополнительную прибыль при снизившемся уровне затрат, которая является стоимостным выражением экономической эффективности внедренной инновации.

Банковская информация является объектом пристального внимания со стороны мошенников. Открытый характер систем и их широкое распространение является уязвимым местом банковских процессов. Для обеспечения конфиденциальности информации банки вынуждены применять инновационные технологии по защите информации.

Таким образом, внедрение качественных инноваций в российских коммерческих банках является важной и актуальной задачей в настоящее время. В результате внедрения и использования банковских инноваций происходят существенные изменения структуры и облика банка и банковской системы в целом.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. А. Бибикина

Ю. С. ТРЕТЬЯКОВА

Ивановский государственный университет

БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

21 век был ознаменован веком прогресса в развитии всего общества. В ходе мировой истории наглядно был доказан принцип: «Выживает сильнейший». Инновации стали сутью современного развития во всех сферах мировой экономики, в том числе и в банковском деле. Свои конкурентные преимущества коммерческие банки сосредоточили на таких банковских продуктах, которые обладали бы более привлекательными потребительскими свойствами по сравнению с предлагаемыми ранее продуктами, которые учли бы еще неохваченные потребности общественности.

Рассматривая мировую банковскую практику можно выделить определенные группы банковских инноваций: новые услуги, связанные с развитием денежно-финансового рынка, услуги по управлению денежной наличностью, инновации в традиционных сегментах рынка ссудных капиталов.

Российская практика развития и внедрения инновационных банковских услуг целиком и полностью опирается на мировой опыт. Отечественные банки стали развиваться в области лизинга, страхования и инвестиционной деятельности, выходить на рынки драгоценных металлов и производных финансовых инструментов. Особое внимание стоит уделить отдельным направлениям деятельности, например, коллекторским услугам. В то же время как российские, так и западные банки нацелены на модернизацию технологий формирования продуктов и услуг с целью снижения их себестоимости и повышения своих конкурентных преимуществ.

Подводя итог, стоит отметить, что банковские инновации в современных условиях становятся основным инструментом в конкурентной борьбе, позволяющим не только сохранить рыночные позиции, но и выйти на новые рынки сбыта и получить конкурентные преимущества.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Ю. Ю. Мазина

О. Н. УЛАДЖАЕВА

Ивановский государственный университет

РОЛЬ ФИНАНСОВ В РАЗВИТИИ НАУКОГРАДОВ

Особый статус наукограда предполагает особый режим его функционирования, который предусматривает больший объем полномочий и увеличение доходной части бюджета данного муниципально-образованного образования.

Главная цель создания и функционирования наукоградов – стимулирование инновационной деятельности и повышение эффективности научно-исследовательских разработок. Ее реализация предполагает широкую и всестороннюю поддержку государства, включая прямые инвестиции из государственного бюджета, направляемые на развитие инфраструктуры этих территориальных образований, налоговые льготы и бюджетные кредиты.

Однако мониторинг местных бюджетов свидетельствует, что бюджетная обеспеченность наукоградов в настоящее время не отличается от бюджетов других городов без особого статуса.

Система финансирования наукоградов имеет ряд проблем.

На данный момент объемы целевого финансирования наукоградов ограничены и имеют тенденцию к дальнейшему уменьшению в связи с нестабильной экономической ситуацией в стране и введением экономических санкций.

Наукограды также не имеют достойный уровень обеспеченности в сравнении с другими объектами инновационной системы: государство отдает приоритет новым проектам Сколково, Иннополис и другим.

Еще одна проблема заключается в том, что при подушевой системе финансирования не учитываются производственные факторы наукоградов и поэтому не существует стимулов к повышению научно-технического потенциала.

В связи с этим, в настоящее время разрабатываются нормативно-правовые акты о распределении средств на конкурсной основе на реализацию инновационного проекта.

Таким образом, финансирование наукоградов имеет важное значение в части научной, научно-технической, инновационной деятельности, экспериментальных разработок и испытаний, подготовки кадров в соответствии с государственными приоритетами развития науки и техники.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. В. Курникова

Ю. С. ЦАРЕВА

Ивановский государственный университет

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Финансовая политика государства занимает значительное место в государственной деятельности и является основополагающим элементом в системе управления финансами. Поэтому важным и актуальным направлением является определение, анализ и исследование проблем финансовой политики, а также поиск оптимальных путей решения данных проблем.

На современном этапе можно выделить следующие проблемы финансовой политики России: высокая степень концентрации финансовых ресурсов в федеральном бюджете страны, что снижает значение региональных и местных бюджетов; отсутствие у местных бюджетов достаточных финансовых ресурсов; значительные расхождения факта и прогноза основных показателей финансовой политики; недопоступление налоговых платежей.

В соответствии с этими проблемами можно предположить пути их решения. Прежде всего, необходимо обеспечить сбалансированность и устойчивость бюджетной системы, усилить ее роль в стимулировании долгосрочного роста экономики и повышении уровня жизни населения, ускорении инновационного развития страны

и формировании устойчивого механизма пенсионного обеспечения на длительную перспективу.

Несомненно политика, проводимая правительством в области финансов, неоднозначна. Она содержит как положительные стороны, так и много отрицательных моментов. Большое, зачастую негативное воздействие на нее оказывают политические аспекты экономических решений. Однако, несмотря на некоторые негативные тенденции в российской финансовой политике, проводящиеся реформы открывают широкие перспективы развития, как государственного, так и частного сектора экономики.

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, что проведение рациональной и ответственной финансовой политики - необходимое условие правильного функционирования экономики России и, следовательно, реализации стратегических приоритетов развития страны.

Научный руководитель: преподаватель А. А. Борунова

Е. А. ЧЕТВЕРИКОВА

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

В современных условиях степень устойчивости и надёжности коммерческих банков постепенно снижается, что требует более глубокой её оценки для каждого банка. В обеспечении условий устойчивого функционирования коммерческих банков важным является наличие определённых методик оценки их финансового положения. Наиболее часто применяемыми на практике методиками являются: 1) методические подходы определению к финансовой устойчивости банка, представленные Банком России; 2) методика В.С. Кромонава оценки устойчивости банка; 3) методика оценки устойчивости CAMEL.

Совершенствование методологических подходов к оценке финансовой устойчивости коммерческих банков способствует повышению устойчивости каждого банка и банковской системы в целом. В первую очередь система оценки финансовой устойчивости должна выявить проблемные банки на более ранней стадии и не допустить снижение их устойчивости в дальнейшем.

Любая методика оценки финансовой устойчивости основывается на определённых критериях. К ним обычно относятся достаточность капитала, качество активов, качество пассивов, ликвидность,

прибыльность, а также некоторые качественные показатели деятельности банка. Методика экспресс-анализа является одной из последних методик оценки финансовой устойчивости. Так, предлагается системный подход моделирования и оценки финансовой устойчивости банка, основанный на модели вариационных сетей. В качестве узлов данной сети будут показатели, нормативы, коэффициенты, причём данная сеть будет образовывать замкнутую область, граничными и узловыми точками которой будут являться нормативы Банка России. Данная методика с помощью математических моделей отражает комплексный подход к оценке финансовой устойчивости банка как сложной динамической системы, позволяет оценить текущее состояние банка и судить об устойчивости его финансового положения в будущем.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Е. А. Бибикина

О. А. ШИРЯЕВА

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Главная цель процесса управления кредитным портфелем банка заключается в обеспечении максимальной доходности при допустимом уровне кредитного риска. В современных экономических условиях одной из главных проблем банковского кредитования являются кредитные риски.

Снижение уровня доходов населения приводит к уменьшению количества выданных кредитов банками: люди скорее предпочтут сократить свои расходы, чем брать кредит у банка под довольно высокий процент. Так, объем выданных кредитов физическим лицам за 2015 год снизился на 6 %, юридическим – на 10 %. Увеличивается доля просроченных кредитов. Всего, за 2015 год сумма просроченных кредитов физических лиц увеличилась на 36 % и составила 39 396 млн.руб.

В сфере кредитования юридических лиц ситуация такова: объем просроченных кредитов вырос на 48 % и составил 1 676 511 млн.руб. В этой ситуации коммерческим банкам необходимо грамотное управление кредитным портфелем.

Существуют следующие методы управления кредитным риском.

Метод диверсификации – распределение кредитного портфеля среди широкого круга заемщиков. Выделяют несколько видов диверсификации: отраслевая, географическая и портфельная.

Установление лимитов. Лимитирование как метод управления кредитным риском состоит в установлении максимально допустимых размеров выдаваемых ссуд, что позволяет ограничить риск.

Резервирование. Создание резервов для компенсации потерь по кредитным операциям коммерческих банков состоит в аккумуляции части средств на счете для компенсации невозвращенных кредитов.

На сегодняшний день, именно создание резервов – самый верный метод снижения кредитных рисков для коммерческого банка. Так как резервы по кредитным операциям создают «защитную платформу» для деятельности банка, а так же повышают надежность и стабильность всей банковской системы.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Шекишева

В. А. ШПИРКО

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ В РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

В настоящее время проблема управления, ориентированного на снижение рискованности кредитного портфеля коммерческого банка и повышения прибыли от кредитной деятельности банка приобрела высокую актуальность и значимость. Это связано с тем, что качество кредитного портфеля является критерием, позволяющим охарактеризовать эффективность кредитной политики коммерческого банка и спрогнозировать финансовый результат всей его деятельности в целом.

Выдаче кредитов в коммерческом банке предшествует анализ соответствия объекта кредитования кредитной политике коммерческого банка. Далее проводится оценка кредитоспособности клиента-заемщика.

Необходимо учитывать, что в оценку кредитоспособности заемщика помимо анализа финансовых результатов деятельности необходимо включать анализ эффективности менеджмента организации-заемщика и ее маркетинговой политики в виду того, что именно эти области управления во многом гарантируют своевременное погашения кредита и процентов. От каждого конкретного кредита будет зависеть качество кредитного портфеля самого коммерческого банка.

Помимо этого, состояние кредитного портфеля определяют результаты кредитных операций коммерческого банка. В виду этого

требуется регулярный мониторинг кредитного портфеля. Постоянный мониторинг качества кредитного портфеля может указать на имеющиеся недостатки в существующей кредитной политике коммерческого банка и привести к необходимости ее пересмотра.

Своевременный анализ позволяет выявить отклонения фактических показателей от плановых и своевременно выработать меры по предотвращению этих отклонений в негативную для банка сторону в будущем. Далее следует внести корректировки в существующую кредитную политику с целью повышения ее эффективности.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. С. В. Шекишева

О. А. БОДЯГИНА

Ивановский государственный университет

ПОСЛЕДСТВИЯ ВВЕДЕНИЯ МОРАТОРИЯ НА ПРОВЕДЕНИЕ НЕНАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК МАЛОГО БИЗНЕСА

С 1 января 2016 года по 31 декабря 2018 года согласно Федеральному закону от 13.07.2015 № 246-ФЗ установлен мораторий на плановые проверки малого бизнеса.

Данное изменение коснулось не только действующих, но и новых малых компаний. Однако запрет на проверки не распространяется на деятельность в сфере здравоохранения, образования, в социальной сфере, в сфере теплоснабжения и электроэнергетики, аудиторских организаций. Также, проверки оставят для тех, кто подвергся ранее административным наказаниям по итогам проверки, с даты которой прошло менее трех лет.

Проведение проверок — один из инструментов давления на предпринимателей. С введением моратория на три года на проверки такая возможность уменьшается. Предполагается, что под надзорные каникулы попадет до 80 % участников рынка. В результате чего объем работы проверяющих снизится на треть.

В настоящий момент существует более 70 организаций, контролирующих деятельность субъектов малого предпринимательства. Введение моратория направлено в первую очередь на снятие избыточной нагрузки на предпринимателей, что в итоге окажет стимулирующее влияние на развитие малого предпринимательства.

Стоит отметить, что запрет будет установлен на проверки с 1 января 2016 года по 31 декабря 2018 года. Однако налоговый орган имеет право проверить деятельность за предшествующие три года, что нивелирует запрет на проведение проверки.

Надзорные каникулы безопасны для государства и для потребителей услуг малых предприятий. Они не приведут к увеличению числа нарушений, так как обусловлены множеством оговорок в законодательстве.

В заключении можно сделать вывод о том, что попеременное ужесточение и ослабление контроля за бизнесом не лучший вариант

для наведения порядка и стимулирования предпринимателей работать в рамках закона.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

Е. Д. БАЛЯСОВА, И. А. МАВРЫЧЕВ
Ивановский государственный университет

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ РЕЗИДЕНТОВ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

Особая экономическая зона (ОЭЗ) — часть территории РФ, которая определяется Правительством РФ и на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности, а также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны. В настоящее время в России создано 25 особых экономических зон.

Цель создания ОЭЗ в первую очередь заключается в развитии высокотехнологичных отраслей экономики, импортозамещающих производств, туризма и санаторно-курортной сферы, разработке и производстве новых видов продукции, расширении транспортно-логистической системы.

На территории ОЭЗ действует особый режим ведения предпринимательской деятельности, в том числе ряд налоговых преференций (снижение ставок по налогу на прибыль, налогу на имущество и др.). Они предусмотрены для инвесторов ОЭЗ как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Налогообложение резидентов ОЭЗ осуществляется по законодательству РФ о налогах и сборах. Однако действующее законодательство позволяет резидентам ОЭЗ применять так же специальные режимы налогообложения (упрощенную систему налогообложения).

Резиденты ОЭЗ пользуются некоторым набором налоговых льгот, гарантированных законодательством. В частности, для организаций, зарегистрированных в ОЭЗ, могут быть предусмотрены льготы посредством снижения ставок по налогу на прибыль, налогу на имущество организации, земельному и транспортному налогам.

Так же на территории ОЭЗ применяются:

- инвестиционные и налоговые льготы (например, налоговые каникулы различной продолжительности, налоговое освобождение и/или низкие ставки взимаемых налогов, отсутствие валютного контроля и свободное возвращение прибыли);

- торговые привилегии (минимальные торговые ограничения) – сниженные ставки или отсутствие пошлин на импорт сырья;
 - относительно дешевые и доступные инфраструктура и услуги.
- Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова*

М. А. ВИКТОРОВА

Ивановский государственный университет

ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ ЕСН

Более пяти лет назад был отменен единый социальный налог (ЕСН). Вместо его с 2010 года и по настоящее время организации и ИП уплачивают страховые взносы в ПФР, ФСС, ФФОМС. Но правительство РФ всерьез задумалось о возврате ЕСН и отмене страховых взносов.

Как показала практика, налоговой службе лучше удастся контролировать уплату налогов и сборов. Фонды справляются с этой задачей хуже, поэтому общая задолженность плательщиков по страховым взносам довольно высокая.

Федеральная налоговая служба представила на рассмотрение дорожную карту «Создание единого механизма администрирования страховых взносов на обязательное пенсионное и социальное страхование» (письмо ФНС РФ от 02.02.2016 № БС-4-11/1539@). В данном проекте ФНС предлагает заменить страховые взносы на единый социальный страховой сбор (ЕССС). Отчитываться по новому сбору организации и ИП должны будут не в фонды, а в налоговую инспекцию.

Согласно дорожной карте с 01.01.2017 года администрирование страховых взносов перейдет в ФНС.

Дорожная карта включает восемь основных этапов: принятие решений о возложении функций по администрированию, внесение изменения в действующее законодательство, осуществление мероприятий по обеспечению передачи полномочий, информационное взаимодействие между ФНС, ПФР и ФСС РФ, организационные мероприятия, работа с задолженностью/переплатой по страховым взносам, переходные положения, организационно-штатные мероприятия

Сегодня нельзя с уверенностью говорить о том, что единый социальный страховой сбор будет введен в действие. Ситуация должна проясниться к началу мая 2016 года. Именно к этому сроку правительство РФ должно принять решение о возложении функций по администрированию единого социального страхового сбора на ФНС.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

В. С. ГРЯЗНОВ
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Малый бизнес - это один из важнейших элементов рыночной экономики. Предприятия малого бизнеса больше других, более крупных форм ведения бизнеса, подвержены влиянию экзогенных факторов. К одним из значимых можно отнести изменения в области законодательной базы. В рамках государственного регулирования малого предпринимательства был намечен ряд положительных моментов, связанных, например, с введением упрощенной системы налогообложения, однако не стоит забывать и о перегибах.

Одной из главных проблем при ведении бухгалтерского учета субъектами малого предпринимательства является обоснованный выбор налогового режима. Их цель - создать благоприятный климат для малого бизнеса. Но возникает проблема - какой режим выбрать. Этот вопрос должен быть грамотно спланирован, чтобы предприятие смогло снизить налоговое бремя. Также, для ведения бухгалтерского учета субъекты малого предпринимательства должны иметь начальные остатки по счетам для формирования отчетности на отчетную дату. Однако с оговоркой: все остатки должны быть документально подтверждены, что в условиях малого предпринимательства не всегда возможно. Ввиду того, что в соответствии с ФЗ №402 право не вести бухгалтерский учет лишь узкий круг предпринимателей, то возникает необходимость иметь в штате предприятия бухгалтера или воспользоваться услугами бухгалтерских фирм, на которых будут возложены соответствующие функции, что является в условиях микропредприятий является довольно дорогостоящей тратой или по-мнению многих предпринимателей необоснованным расходом. В соответствии с приказом № 64н субъекты малого предпринимательства могут использовать упрощенный план счетов, вместо нескольких счетов можно использовать один, обобщенный. Однако спорным моментом является удобство его применения. Еще одним перегибом российского законодательства является ведение параллельного учета (бухгалтерского и налогового). Таким образом, рассматривая нормативно-правовую базу по ведению бухгалтерского учета можно сделать вывод о больших перегибах в законодательной базе, а также о том, что российская практика ведения учета все еще стоит на путях реформирования.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

ПЕРСПЕКТИВЫ АУДИТОРСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Рынок аудиторских услуг формируется на протяжении многих лет. История аудита в России позволяет выявить определенные закономерности и спрогнозировать его развитие. Рассматривая рынок с точки зрения взаимодействия спроса и предложения, можно выделить ряд проблем, которые определяют перспективы развития аудиторского бизнеса в России как со стороны спроса, так и предложения.

Рассмотрим перспективы со стороны предложения. Здесь необходимо прояснить, что предложение формируют кадры — аудиторы. Именно они являются ключевой проблемой данного рынка. Согласно отчета Минфина о показателях рынка аудиторских услуг можно сделать вывод о незначительном росте числа лиц, сдавших экзамен на получение единого аттестата аудитора (на 6 % по сравнению с 2013 г.). Следовательно, с получением аттестата возрастает численность аудиторов, а вместе с ним и предложение аудиторских услуг, что дает стимул в развитии конкуренции.

На данный момент на рынке наблюдается тенденция укрупнения аудита. Возрастает число организаций, имеющих опыт работы свыше 5 лет (78,7 %) и число малых аудиторских организаций (численность персонала менее 15 человек) — 91,1 % (на 2 %). Данная тенденция сохранится в условиях кризиса. Она позволит увеличить конкуренцию и подтолкнет к качественному развитию всего рынка.

Нельзя забывать о том, что аудиторская деятельность тесно связана с развитием бизнеса компаний, осуществляющих данную деятельность. Поэтому в условиях экономического кризиса возникает уменьшение клиентских баз и банкротство аудиторских компаний. В связи с чем спрос на аудиторские услуги незначительно снижается. А с учетом текущей экономической ситуации можно прогнозировать его дальнейшее снижение.

Также стоит сказать о появлении информационных технологий в виде аудита компьютерных систем и бухгалтерских баз данных, что в дальнейшем приведет к формированию электронного аудита.

Таким образом, перспективы развития аудиторского бизнеса напрямую зависят от общего развития экономики России, а также ряда важнейших факторов, обуславливающих развитие данного рынка.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

А. А. ИВАШИНА
Ивановский государственный университет

НАЛОГИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ИНВЕСТИЦИИ В РОССИИ

В современном обществе актуален процесс инвестирования, так как инвестиции являются важнейшим средством достижения реальных структурных изменений, технического перевооружения, повышения показателей хозяйственной деятельности, и жизненного уровня населения.

Многие положения государственного налогового законодательства влияют на процесс накопления капитала. Иногда законодатели меняют эти положения с тем, чтобы вызвать изменение инвестиционного спроса и повлиять на совокупный спрос. Влияние налогов на стимулы к осуществлению инвестиций многообразно, прибыль корпораций на инвестиции зависит от того, как закон определяет «прибыль» с точки зрения налогообложения.

Действующая в России налоговая система слабо способствует стимулированию инвестиционной активности, поскольку носит преимущественно репрессивный характер. Сдерживают инвестиционную активность такие факторы, как конфискационный режим, высокие налоговые ставки, множественность налогов, частые изменения в налоговом законодательстве, нередко противоречащие друг другу.

Французский журнал «Вестник международной торговли» опубликовал рекомендации для французских предпринимателей на тему «Как преуспеть в России», хотя уровень корпорационных налогов в России ниже, чем во Франции, методы расчета налогооблагаемой базы и принципы бухгалтерского учета в целом значительно отличаются от принятых на Западе, что создает дополнительные трудности для западных партнеров. Существенный налоговый риск связан так же с тем, что структура налоговой системы России очень сложна и к тому же подвержена частым изменениям.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

Ю. С. КАЛИНИНА
Ивановский государственный университет

СИСТЕМА МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность исследования проблематики экономических рисков обуславливается тем, что в рыночной экономике каждое предприятие функционирует в условиях агрессивной внешней среды. Кроме того, анализ и оценка экономических рисков выступают значимым элементом управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий и организаций.

В общем виде анализ экономических рисков предполагает систематическую работу по идентификации факторов риска и его видов, по определению количественных значений рисков, по аналитической интерпретации получаемых выводов. Теория и практика анализа экономических рисков выработала множество конкретных методов и инструментов для оценки параметров экономических рисков. Укрупненно систему методов оценки экономических рисков традиционно подразделяют на два массива: качественные методы (экспертные оценки, рейтинговые оценки) и количественные методы (аналитические, статистические, сценарный подход, дерево решений, вероятностные методы).

Согласно нашей позиции, указанный подход, предполагающий выделение двух групп в системе методов анализа рисков не в полной мере отражает методологическую специфику инструментальных средств, используемых для исследования экономических рисков. По нашему мнению, целесообразно предложить рассмотрение методов анализа и оценки экономических рисков в разрезе трёх групп. С нашей точки зрения, в дополнение к качественным и количественным методам вполне логично предложить выделение группы универсальных методов оценки экономического риска, которые могут быть использованы и для процессов качественной оценки, и для процессов количественной оценки. Например, к данной универсальной группе целесообразно отнести методы экспертной оценки, аналитические методы, экономико-математические методы. В результате, система методов оценки экономических рисков приобретает структурированный и логичный вид.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев.

Е. А. КАСАТКИНА, О. Н. УЛАДЖАЕВА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМА НАЛОГА НА БОЛЬШЕГРУЗНЫЙ ТРАНСПОРТ: СИСТЕМА ВЗИМАНИЯ ПЛАТЫ «ПЛАТОН»

Введение в ноябре 2015 года системы сборов с большегрузов "Платон" вызвало неоднозначную реакцию у общества.

Средства, взимаемые с перевозчиков в счёт возмещения вреда, причиняемого автомобильным дорогам общего пользования федерального значения, стали поступать в Федеральный дорожный фонд. Это является дополнительным доходом бюджета, что так важно в ситуации кризиса.

Система подобного типа уже действует в Германии, Польше, Словакии, Белоруссии. В России же ее ввод обусловил различные проблемы и вызвал ряд вопросов.

Насколько оправдана и целесообразна эта, по сути, очередная налоговая нагрузка на население в период экономического кризиса? Можно ли построить новые дороги, реконструировать старые на собранные средства? Если федеральные дороги со временем все же приведут в порядок, то как быть с региональными, на ремонт и содержание которых средств повсеместно катастрофически не хватает?

Многие автоперевозчики относятся к этой новации правительства отрицательно. После введения системы «Платон» в регионах начались акции протеста, организованные дальнбойщиками, которые требовали полной отмены этого сбора.

С 1 марта 2016 года тариф, который в данный момент составляет 1,53 рубля за километр, должен был вырасти в два раза. Однако был продлен срок действия льготного режима взимания платы.

Одна из популярных предлагаемых мер выхода из сложившейся ситуации – упразднение транспортного налога.

Законопроект об отмене транспортного налога был внесен в Госдуму еще в декабре 2015 года, но был возвращен инициаторам в связи с отсутствием заключения Правительства РФ. Вопрос, тем не менее, продолжает живо обсуждаться на всех уровнях.

В чем же проблема данного нововведения и к чему оно в итоге приведет?

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

М. Н. КОЛЕВА

Ивановский государственный университет

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ГСМ В РАЗЛИЧНЫХ СИТУАЦИЯХ

Горюче-смазочные материалы (ГСМ) представляют собой продукцию, изготовленную из нефти, к которым относятся различные виды горючего и смазки. ГСМ в большинстве случаев применяется к автотранспорту. Операции с ГСМ учитываются в бухгалтерском учете на основании оправдательного документа. Принятие к учету ГСМ выполняется при наличии накладной, счет-фактуры, чека, авансового отчета, а списание - на основании путевого листа и акта списания ГСМ.

В соответствии с Планом счетов и Инструкцией по его применению учет ГСМ ведется на счете 10 «Материалы», субсчет 10-3 «Топливо». К данному субсчету целесообразно открывать следующие аналитические счета: 10-31 «Топливо на складе»; 10-32 «Топливо в баках автотранспорта»; 10-33 «Топливо по талонам».

В процессе ведения деятельности на предприятии возникают различные ситуации, касательно ГСМ, которые необходимо корректно учесть:

- ГСМ, когда право собственности на них переходит к получателю в момент заправки автомобилей талоном;
- ГСМ, приобретенные по договору поставки;
- ГСМ по талонам, когда право собственности на него переходит к организации-покупателю в момент заправки автомобиля и переход права собственности в момент получения талонов;
- ГСМ, приобретенные по банковским и расчетным картам;
- ГСМ, приобретенные по кредитным картам.

Списание ГСМ осуществляется в большинстве случаев на расходы или на себестоимость на основании нормативов, установленные Минтрансом России. Однако, допускается разработка собственных норм расходования ГСМ в результате личного анализа предприятием фактического использования транспорта, его технической документации, проведения замеров, загруженности и состояния дорог и т.д. Для списания ГСМ используются в учете следующие бухгалтерские счета: 44, 20, 23, 26.

Предприятие периодически в сроки, указанные в учетной политике, должно проводить инвентаризацию ГСМ для достоверного соответствия фактически-имеющихся ГСМ с данными бухгалтерского учета.

Научный руководитель: кан. экон. наук, доц. Т. А. Васильева

Е. Н. КОТЧЕНКО
Ивановский государственный университет

НАЛОГ НА НЕДВИЖИМОСТЬ В РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ

В последнее время в России одной из наиболее актуальных тем является введение нового налога на недвижимость. Единый налог на недвижимость заменит собой налог на имущество физических лиц и земельный налог.

Потребность в реформировании налогообложения недвижимости в РФ обусловлена необходимостью рационализации использования земли и строений, находящихся на ней. Существовавший ранее механизм начисления и взимания имущественных налогов в большей степени служил фискальным целям, нежели задачам общеэкономического характера, и имел массу недостатков, которые и затрудняли эффективное использование земель, зданий и сооружений.

Введение налога на недвижимость должно способствовать обновлению производственной базы, внедрению новых технологий, стимулированию эффективного использования земель и объектов недвижимости, а также постепенно вытеснять с наиболее привлекательных для развития экономики городских земель землепользователей, не способных реализовать доходный потенциал объектов недвижимости.

Налоговая база по налогу на недвижимость (ранее напрямую исходящая из размера инвентаризационной цены) опирается на кадастровую стоимость имущества. Кадастровая же стоимость учитывает коммерческие данные объекта: его расположение, роль в общей картине рынка и прочие.

Один из самых неоднозначных моментов — это установление налоговых ставок. Согласно налоговому законодательству, данный вопрос находится в компетенции муниципальных органов власти в пределах установленных значений. Учитывая перманентную дефицитность местных бюджетов, можно опасаться резкого роста налоговой нагрузки на население. На рост налоговой нагрузки также может повлиять и кадастровая оценка объектов налогообложения.

Несмотря на вступление закона в силу с 1 января 2015 года, полностью российские регионы перейдут на новую систему налогообложения недвижимости с 1 января 2020 года.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

АДАПТАЦИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА К УСЛОВИЯМ КРИЗИСА

К первоочередным проблемам малого и среднего бизнеса в условиях кризиса в экономике можно отнести: затруднение инвестирования в малый бизнес; малодоступность кредитов у начинающих бизнесменов; затруднены лизинг или приобретение дорогого оборудования в кредит; условия инфляции.

Но, наряду с большим количеством проблем у малого бизнеса есть и свои преимущества. Это, прежде всего, гибкость приспособления к рыночной конъюнктуре — намного более гибкая, чем у крупных предприятий, реакция на быстро меняющийся спрос.

Среднее и особенно малое предприятие не связано производственной программой, разработанной на перспективу; не отягощено финансовыми обязательствами перед акционерами, ожидающими дивидендов от вложенного капитала; ему проще перестроить свою рыночную стратегию, как только найдена новая «ниша».

Упрощенный менеджмент создает малому бизнесу преимущество, проявляющееся в гибком, быстром приспособлении к меняющимся требованиям и условиям, что особенно важно в неустойчивой, переходной ситуации.

Несмотря на все преимущества, малый бизнес вряд ли сможет развиваться так же эффективно в экономике, которая подвержена кризисным явлениям, без поддержки государства. Поскольку малые предприятия обеспечивают необходимую мобильность в условиях рынка, создают глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без чего невозможна их высокая эффективность, «принимают на себя» решение многих социальных и экономических проблем, то одной из первоочередных задач государства на пути вывода экономики их кризиса является поддержание в адаптации предприятий малого и среднего бизнеса.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

А. С. РАЗУМОВА

Ивановский государственный университет

УЧЕТ ЗАТРАТ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РЕМОНТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Под восстановлением объектов основных средств принято понимать их ремонт, реконструкцию и модернизацию.

Восстановление основных средств может происходить посредством их ремонта (текущего, среднего и капитального). Работы по каждому виду ремонта основных средств могут проводиться хозяйственным способом или подрядным. Источником погашения затрат по ремонту основных средств является себестоимость производства продукции (работ, услуг).

Организация вправе регулировать объём затрат на ремонт основных средств при включении их в себестоимость между отчетными периодами. Учитывая зависимость от запланированных сроков проведения ремонтных работ в течение отчетного года, разрешается создавать резерв на ремонт. Резерв предназначен для накапливания финансовых средств на осуществление крупных плановых ремонтов, а также на предприятиях с сезонным характером производства. Сумма резерва ежемесячно включается в себестоимость в размере норматива, установленного организацией самостоятельно в твердой фиксированной сумме или в процентах к первоначальной стоимости объекта. Резерв на проведение ремонта создается на один финансовый год. С целью равномерного списания затрат по ремонту базовых средств на себестоимость продукции при производстве внезапных и крупных ремонтов разрешается данные затраты первоначально учитывать в качестве расходов будущих периодов.

Восстановление основных средств может производиться также в виде реконструкции и модернизации. Реконструкция сводится к переоборудованию производств с целью увеличения производственных мощностей, улучшения условий труда и охраны окружающей среды. Модернизация предусматривает внедрение передовой техники и технологий, механизации и автоматизации производств. На каждый объект реконструкции и модернизации составляются проект и смета. Затраты на указанные виды работ учитываются на счете 08 "Вложения во внеоборотные активы". По окончании работ они списываются на увеличение первоначальной стоимости объекта при оформлении акта приемки-сдачи отремонтированных, реконструированных и модернизированных объектов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. А. Васильева

М. А. ТАРАСОВА
Ивановский государственный университет

УЧЕТ КАССОВЫХ ОПЕРАЦИЙ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Порядок хранения и расходования денежных средств в кассе регламентируется Порядком ведения кассовых операций в Российской Федерации . УКАЗАНИЕ от 11 марта 2014 г. N 3210-У регламентирует новый порядок ведения кассовых операций. Основные изменения состоят в следующем:

1. Упрощенный порядок ведения кассовых операций.
2. Установление лимита остатка наличных денег для обособленного подразделения юридического лица.
3. Отмена обязанности обособленного подразделения передавать в головную организацию лист кассовой книги.
4. Возможность выдачи наличности под отчет лицам, выполняющим работу на основании гражданско-правового договора.
5. Установлены требования к программно-техническим средствам ведения кассовых операций.
6. Требование о подписании электронными подписями всех документов оформляемых при ведении кассовых операций в электронном виде.
7. Сроки хранения документов, при ведении кассовых операций.
8. Указание получателем в расходном кассовом ордере суммы полученных наличных денег.
9. Отмена возможности сдачи наличных денег в банк через организации федеральной почтовой связи.

Кассовые операции проводятся в следующем порядке: оформление первичных документов по приходу и расходу; регистрация первичных документов в журнале регистрации; записи в кассовую книгу, ежедневное подведение остатка по кассовой книге; сдача в бухгалтерию (бухгалтеру) отчета кассира (2-й экземпляр кассовой книги) с приходными и расходными документами под расписку в кассовой книге. Прием наличных денег в кассу производится по приходным кассовым ордерам, выдача наличных денег — по расходным кассовым ордерам или по другим документам, оформленным надлежащим образом. Все поступления и выдачи наличных денег предприятия учитывают в кассовой книге (если она имеется).

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. А. Васильева

А. Н. ТОПАЛ

Ивановский государственный университет

РЕМОНТ И МОДЕРНИЗАЦИЯ (РЕКОНСТРУКЦИЯ) ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА

Одной из главных задач предприятий является повышение эффективности и качества общественного производства и значительное увеличение отдачи основных средств.

Появляется необходимость пересмотра подходов к вопросам воспроизводства учета и анализа использования основных средств.

Современный бухгалтерский учет ОС хорошо регламентирован. При этом данная система не создает защиты от проблем ведения бухгалтерского учета фондов. В частности, это проблемы, связанные с первоначальной и последующей оценкой основных средств, недостаточностью регламентаций в нормативных документах проблемы учета затрат на восстановление, а также начисления и учета амортизации основных средств.

Кроме этого, в системе РСБУ отсутствует определение некоторых применяемых понятий. Как следствие, понятия ремонт и модернизация (реконструкция) довольно часто путают, или принимают за одно и то же.

Как правило, проблемы с квалификацией работ возникают при проведении капремонта, именно его налоговые органы стараются представить модернизацией и реконструкцией. Для предприятия работы по восстановлению, естественно, выгоднее квалифицировать как ремонт. Затраты на него можно списать единовременно. При модернизации их придется списывать на протяжении определенного срока через амортизацию, предварительно увеличив на сумму этих расходов первоначальную стоимость основных средств.

Свести риск споров к минимуму не просто. Одни и те же работы могут выполняться в рамках как ремонта, так и модернизации. Оценка показателей объекта основных средств после работ, связанных с их восстановлением, осуществляется сторонами субъективно.

Важно понимать, что каждая ситуация индивидуальна, и дать универсальный совет, как отличить ремонт от модернизации, невозможно.

Поэтому очень важно документально четко разграничить понятия капитального ремонта и модернизации (реконструкции) основных средств.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Т. А. Васильева

К. А. ХАЛЕЗОВА

Ивановский государственный университет

БУХГАЛТЕРСКИЙ КОМПЛАЕНС КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКИМИ РИСКАМИ

В условиях рыночной экономики финансово-хозяйственная деятельность предприятия подвергается значительному количеству рисков, среди которых особое место занимают бухгалтерские риски. Бухгалтерский риск – это вид финансового риска, который образуется в связи с наличием неопределенности в бухгалтерском учете, обусловленной неточностями и сложностью интерпретации действующих законодательно-нормативных актов в области бухгалтерского учета, а также в связи с применением в учетном процессе профессионального суждения бухгалтера.

На наш взгляд, полностью избежать бухгалтерских рисков практически невозможно, что актуализирует необходимость создания системы управления ими. При этом одним из наиболее действенных механизмов, способных повысить эффективность процесса управления бухгалтерскими рисками, является комплаенс.

Бухгалтерский комплаенс – это система мероприятий, правил и процедур, направленных на обеспечение соответствия деятельности организации требованиям законодательства, учетных стандартов и других нормативных актов в сфере бухгалтерского учета, направленная на минимизацию бухгалтерского риска и риска потери деловой репутации в части представления искаженной отчетной информации.

Бухгалтерский комплаенс носит превентивный характер, что оказывает непосредственное влияние на состав комплаенс-процедур, среди которых в качестве основных можно выделить оценку соответствия используемых учетных процедур и учетной политики нормативным требованиям; выявление и оценку рисков искажения бухгалтерской отчетности, а также ошибок и искажений учетных данных, совершенных персоналом организации. Таким образом, внедрение в деятельность организации бухгалтерского комплаенса как одной из составляющих системы управления рисками на предприятии позволит не только выявить потенциальные бухгалтерские риски, но и сократить финансовые потери предприятия.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

Н. С. ЯЗЫКОВА

Ивановский государственный университет

КОРРЕКТНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

С переходом к рыночным отношениям в России изменились подходы к постановке бухгалтерского учета в организациях, т.е. на основе установленных государством общих правил для решения своих задач предприятия самостоятельно разрабатывают учетную политику.

Актуальность вопроса, связанного с формированием учетной политики и корректным ее применением для предприятия, связана и с тем, что данный документ, оказывает существенное влияние на величину показателей себестоимости продукции, прибыли, налогов, а также показателей финансового состояния организации.

Российская система учета и отчетности всегда отличалась от зарубежного бухгалтерского финансового учета жесткой системой государственного нормативного регулирования. Следует учитывать, что при переходе на МСФО последствия для компании могут быть разными. В качестве положительных аспектов можно отметить повышение прозрачности, информативности отчетности, улучшение сопоставимости показателей и как следствие - облегчение доступа к международным рынкам капитала.

Корректно составленная учетная политика влияет на эффективность ведения бухгалтерского учета. Поэтому, перед началом нового финансового года каждая организация должна пересмотреть данный документ, которым пользовалась в течение предшествующего периода, на предмет соответствия действующему законодательству.

Оптимальная учетная политика для конкретного предприятия может быть составлена после того, как будет проведен анализ ее деятельности, а также рассмотрен каждый из возможных способов учета применительно к данной организации. Экономический смысл данного документа сводится к обеспечению формирования и отражения в учете достоверных финансовых результатов деятельности предприятия.

Таким образом, учетная политика выступает достаточно значимым инструментом в построении системы учета и необходимо корректно ее формировать и применять с тем, чтобы данные в бухгалтерском и налоговом учете были достоверными.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Шитик

Н. С. ЯЗЫКОВА, В. А. ВОРОБЬЕВА
Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖ В ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Основной целью предприятия является получение прибыли от реализации продукции. Для того чтобы удовлетворять потребности потребителей, швейное предприятие может организовать собственную сеть магазинов или заключить долгосрочные договора с оптовыми покупателями.

Наряду с традиционными задачами анализа продаж в любой отрасли можно выделить те, которые отражают специфику швейной отрасли. Например, анализ выполнения договорных обязательств (анализ отгрузки товаров и анализ договоров на поставку); оценка выполнения плана и изучение динамики выпуска продукции в натуральном выражении; оценка качества производимой продукции.

Важным этапом анализа для швейной промышленности является изучение состава и причин изменения остатков незавершенного производства, которые характерны для этой отрасли.

Анализ продаж в швейной промышленности тесно связан с анализом реализации продукции. Выручка от реализации является основным доходом предприятия, главным источником его денежных поступлений.

В условиях инфляции актуален вопрос: обусловлен ли рост выручки увеличением объема производства и реализации или это – следствие общего роста цен? Оценить стабильность производства можно методом сравнения фактического объема выпуска с производственной мощностью. Об уровне и динамике производства можно судить на основе соотношения объема производства и запасов оборотных средств.

В рыночных условиях показатели продаж и реализации продукции принимает первостепенное значение. Реализация продукции является завершающей стадией кругооборота средств предприятия и связующим звеном между производителем и потребителем. От объема реализации зависят результаты финансово-хозяйственной деятельности, показатели оборачиваемости производственных ресурсов, рентабельности продаж и основной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Научная конференция «ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ»

Секция «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

<i>Алексеева С. В.</i> Государственно-частное партнерство как один из способов макроэкономического регулирования экономики.....	3
<i>Антонова М.</i> Экономика Л. Эрхарда или послевоенное немецкое экономическое чудо.....	4
<i>Астоян Э. С.</i> Проблемы налогообложения в РФ и теневая экономика....	5
<i>Баширова Х. Б.</i> Смешанная экономика.....	6
<i>Борисов А. А.</i> Инновационное развитие экономики Ивановской области...	7
<i>Боровикова М. С., Никошина Н. Е.</i> Может ли безработица принести пользу обществу?.....	8
<i>Воронков К. И.</i> Концепция социального рыночного хозяйства.....	9
<i>Гозуа Д. З., Гусейнзаде Б. С.</i> Безработица в РФ: причины, виды и последствия.....	10
<i>Горбунов А. Е.</i> Концепция экономической социодинамики.....	11
<i>Грабкин Д. В.</i> Особенности экономической системы Китая.....	12
<i>Ежова И. С.</i> Теория человеческого капитала.....	13
<i>Ерисова А. Е.</i> Парадокс бережливости.....	14
<i>Ермаков Д. А.</i> Социальная политика стран Африки: идеологический аспект	15
<i>Зайцева Н. Е.</i> Особенности реализации экономических интересов в информационной экономике.....	16
<i>Золотарева И.</i> Подходы к изучению экономических систем.....	17
<i>Иванова Т. А.</i> Особенности командно-административной экономической системы.....	18
<i>Кленкова А. М.</i> Особенности экономической системы Швеции.....	19
<i>Крылова Е. Р.</i> Проблема взаимодействия реального и финансового секторов в национальной экономике России.....	20
<i>Куликова К. Н.</i> Государственная политика России в сфере занятости населения.....	21
<i>Макарова В. Е.</i> Макроэкономика: финансовая система национальной экономики.....	22
<i>Морозова Д. Д.</i> Парадокс бережливости.....	23
<i>Одинцов А. С.</i> Концепция благосостояния.....	24
<i>Полякова А. В., Соловьева А. А.</i> Особенности экономической системы Германии.....	25
<i>Семененко Т. Г.</i> Понятие и особенности интеллектуальной собственности...	26
<i>Смирнова Ю. С.</i> Экономическая социодинамика – новая экономическая теория.....	27
<i>Тарыгина Д. А.</i> Концепция социальной ответственности бизнеса.....	28

<i>Терешонок О. О.</i> Особенности традиционной экономической системы...	29
<i>Ухтина А. А., Смирнова Н. А.</i> Концепция государства всеобщего благоденствия.....	30
<i>Холоша А. А.</i> Особенности экономической системы Южной Кореи.....	31
<i>Шишкина Т. В.</i> Особенности экономической системы Японии.....	32

Секция

«ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ»

Подсекция 1

«ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»

<i>Блинова Е. Д.</i> О состоянии основных фондов предприятий пищевой промышленности в РФ.....	33
<i>Варсановьева Ю. О.</i> Обоснование системы показателей для статистического анализа сферы здравоохранения.....	34
<i>Давыдова И. В.</i> Экономическое обоснование создания малого предприятия.....	35
<i>Журавель В. П.</i> Информационные технологии в бизнесе.....	36
<i>Запара О. И.</i> Соотношение понятий «издержки», «затраты», «себестоимость».....	37
<i>Калинин А. С.</i> Анализ направлений ведущих стартапов.....	38
<i>Курнаева К. Н.</i> Ценообразование в текстильной промышленности в Ивановской области.....	39
<i>Куртова С. Н.</i> О необходимости государственной поддержки малого бизнеса России в условиях экономического кризиса в 2014–2016 гг.	40
<i>Маляев А. В.</i> Обзор стартапов города Иванова.....	41
<i>Патрикеева Д. Д.</i> Сельское хозяйство Ивановской области: характеристика и проблемы.....	42
<i>Смирнов С. В.</i> Проблема кредитования малого бизнеса.....	43
<i>Смирнова Е. А.</i> Грейдинговая система оплаты труда: преимущества и недостатки.....	44
<i>Токунов А. А.</i> Особенности оценки эффективности текстильно-промышленных кластеров.....	45
<i>Хоршунова А. А.</i> Проблемы развития сельского хозяйства России в условиях экономических санкций.....	46
<i>Шилова А. М.</i> Целевые программы как инструмент государственных инвестиций в жилищное строительство.....	47
<i>Шолицева А. А.</i> Российский производственный бизнес в условиях кризиса.....	48

Подсекция 2

«АКТУАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ»

<i>Алиев Р. А.</i> Перспективы российского туризма.....	49
<i>Антонова А. А., Фликкингер В. Э., Фарафонтowa А. А.</i> Определение проблемы маркетингового исследования швейного предприятия «Клас-Ко».....	50
<i>Бирюченкова Н. В.</i> Особенности развития ювелирного рынка РФ на современном этапе.....	51
<i>Большакова В. Г.</i> Анализ ассортиментной политики филиала ООО «ДНС НН-плюс» в ТЦ «Глаза» (г. Иваново).....	52
<i>Водолазская Д. И.</i> Планирование деятельности малого предприятия как условие стабильности в условиях кризиса.....	53
<i>Галкина А. П., Говорова Д. В., Писарева Т. В.</i> Обоснование схемы проведения анализа причин снижения величины среднего чека в ресторане «Якитория» (г. Иваново).....	54
<i>Гасанов Э. Б.</i> Продвижение товаров в спорте.....	55
<i>Головкин Д. С.</i> Концепция жизненного цикла отрасли как инструмент управления экономическим потенциалом предприятия.....	56
<i>Дудоров А. С.</i> Анализ финансовой устойчивости предприятия и пути ее повышения.....	57
<i>Захаров А. М.</i> Детский маркетинг. Роль бренда в жизни предприятия.....	58
<i>Калайчев М. В.</i> Управление дебиторской задолженностью как фактор повышения оборачиваемости оборотных средств на примере территориальных генерирующих компаний.....	59
<i>Кирьянов А. Е.</i> Эволюция эффективных инструментов коммуникации в маркетинге.....	60
<i>Киселев И. А.</i> Совершенствование систем управления запасами предприятия.....	61
<i>Котлярова Ю. В.</i> Внебюджетная деятельность как фактор эффективного воспроизводства основных фондов в бюджетном образовательном учреждении.....	62
<i>Котова А. С.</i> Необходимость разработки стратегии предприятия в современных условиях.....	63
<i>Крюков П. О.</i> Таргетинговая реклама как инструмент продвижения компании в сети Интернет.....	64
<i>Кузьмичева В. В.</i> Влияние внешней среды на деятельность МК ОАО «КРАНЭКС».....	65
<i>Маркова Т. О.</i> Анализ спроса и предложения на рынке услуг сотовой связи.....	66
<i>Огородников А. Я.</i> Влияние маркетинга на повышение эффективности деятельности предприятия.....	67
<i>Осипова А. Е.</i> Дебиторская задолженность как один из главных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	68
<i>Пантюшин М. Д.</i> Основные аспекты маркетинговой стратегии швейной фабрики «Айвенго».....	69

<i>Полякова К. Н.</i> Сегментация рынка ювелирной продукции.....	70
<i>Романова А. В.</i> Маркетинг в сети Интернет.....	71
<i>Сидорова Ю. С., Сурикова Я. И.</i> Основные аспекты изучения проблемы оттока арендаторов в ТК «Текстиль-МАКС».....	72
<i>Тетерина М. В.</i> Маркетинговая концепция товара как элемент товарной политики.....	73
<i>Филиппова Е. Л.</i> Состояние рынка жилья в Ивановской области.....	74
<i>Шарова Ю. В.</i> Перспективы сотрудничества с израильскими партнерами, особенности делового общения и контрактной работы.....	75

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

Подсекция 1

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

<i>Бодягина С. Э.</i> Конкурентоспособность продукции и пути ее повышения.....	77
<i>Васильева Ю. М.</i> Использование моделей организационной культуры для диагностики ее состояния.....	78
<i>Владимирова Э. Г.</i> Креатив и этика в маркетинге.....	79
<i>Воробьева Е. П.</i> Совершенствование работы предприятия в области управления качеством продукции.....	79
<i>Грушишкова О. Е.</i> Совершенствование работы предприятий по созданию, функционированию и сертификации системы качества.....	80
<i>Масленников В. А.</i> Структура потребительской лояльности и ее составляющие.....	81
<i>Назарова З. М.</i> Использование экологических факторов в стратегическом позиционировании товаров.....	82
<i>Поздникова А. Н.</i> Управление качеством продукции на предприятии на примере ООО «Феникс».....	83
<i>Шахов И. С.</i> Особенности конкурентных преимуществ ПАО «Сбербанк России».....	84

Подсекция 2

«УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ»

<i>Алексеева К. О.</i> Особенности адаптации молодых специалистов.....	86
<i>Бурсикова Н. Н.</i> Роль лидерства на различных этапах жизненного цикла организации.....	87
<i>Владимирова Э. Г.</i> Возможности использования стратегии кайдзен на российских предприятиях.....	88
<i>Камилли М. М.</i> Стратегическое планирование как организационная система.....	89
<i>Кокушкина Л. О.</i> Методы оценки стратегических альтернатив развития организации.....	90
<i>Молькова А. С.</i> Конкурентоспособность промышленного предприятия и пути ее повышения на примере ООО «ГУП Бисер».....	91

<i>Патрикеева Д. Д.</i> Формирование рациональной организационной культуры.....	92
---	----

Секция

**«СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В НАУКЕ, ОБРАЗОВАНИИ И БИЗНЕСЕ»**

<i>Андреев Н. С.</i> Исследование социальных медиа для маркетинговых решений.....	93
<i>Андреева Н. А.</i> Использование компьютерных обучающих программ.....	94
<i>Белоусова Е. Н.</i> Виртуализация ресурсов или GRID-технологии.....	95
<i>Белоусова Е. Н.</i> Значение информации и роль базы данных в деятельности предприятия.....	96
<i>Егорова Н. В., Толстова Е. М., Косогорова Т. Ю.</i> Информационная экология в Internet.....	97
<i>Еловских Н. С., Панков А. А.</i> Автоматизация сбора информации со счетчиков учета.....	98
<i>Ефремова А. М.</i> Актуальность тендеров в условиях конкуренции.....	98
<i>Кирюхина Ю. Д.</i> Проблемы внедрения ИТ-решений на предприятиях....	100
<i>Кузнецова Ю. В., Черемыкина Е. Д.</i> Обоснование необходимости реинжиниринга бизнес-процессов предприятия.....	101
<i>Кукса С. А.</i> Электронное пособие как неотъемлемая часть образовательного процесса.....	102
<i>Курочкина Е. Н.</i> Оценка эффективности SEO-продвижения сайтов.....	103
<i>Марфутина А. Н.</i> Исследование имиджа брэнда в социальных медиа....	105
<i>Маслова А. В.</i> Актуальность внедрения системы электронного документооборота на предприятиях сферы услуг.....	106
<i>Морозов М. Д., Крупина А. А., Крюкова Ю. В.</i> Эффективные инструменты продвижения бизнеса в социальных сетях.....	107
<i>Николаев М. А.</i> Хранилище знаний как открытая система.....	108
<i>Побережнюк Н. И., Попов И. А.</i> Преимущества и риски облачных технологий в бизнесе.....	109
<i>Сарвари Р. А.</i> Применение реляционных и нереляционных баз данных в работе с Большими Данными.....	110
<i>Смирнова И. О.</i> Место ИТ-инфраструктуры в архитектуре предприятия	111
<i>Стрельцов Ю. А.</i> Преимущества использования системы онлайн SEO-отчетности на текстильном предприятии.....	112
<i>Субботин Д. М., Фролова И. Н.</i> WEB-представительство фирмы.....	113
<i>Труфанова А. И.</i> Актуальность управления проектами развития предприятий.....	114

Секция

**«ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО: АКТУАЛЬНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»**

<i>Абдулова Ж. В.</i> Сбалансированность федерального бюджета РФ в современных условиях.....	116
--	-----

<i>Авраамов А.</i> Сохранение финансовой устойчивости коммерческого банка как залог роста надежности банковского сектора.....	117
<i>Агапова А. В.</i> Бюджетные риски: их идентификация и оценка в целях повышения эффективности бюджетных расходов.....	118
<i>Акопян А. А.</i> Совершенствование методов управления кредитными рисками в сегменте малого и среднего бизнеса в коммерческом банке.....	119
<i>Базарова А. В.</i> Проблемы развития потребительского кредитования в России.....	120
<i>Балясова Е. Д.</i> Местные налоги в России: итоги реформирования.....	121
<i>Баранова Т. Л.</i> Потребительское кредитование в коммерческом банке в современных условиях.....	122
<i>Барская А.</i> Совершенствование методов управления валютными рисками в коммерческом банке.....	123
<i>Виейра А. И.</i> Федеральный бюджет РФ в условиях кризиса.....	124
<i>Гиголаев А. А.</i> Роль банковского сектора России в стимулировании экономического роста.....	125
<i>Грушина Н. А.</i> Банк как элемент системы противодействия легализации доходов, полученных преступным путем.....	126
<i>Гусева Д. А.</i> Современные проблемы формирования ресурсной базы коммерческого банка.....	127
<i>Дубровских М. А.</i> Проблемы потребительского кредитования в современных российских коммерческих банках.....	128
<i>Касаткина Е. А.</i> «Восточная» альтернатива и становление национальной системы платежных карт.....	129
<i>Коновалова А. Ю.</i> Управление ликвидностью региональной банковской системы.....	130
<i>Коровкина Е. В.</i> Развитие платежных систем в условиях кризисных явлений банковской системы: путь к стабильности.....	131
<i>Кузьмина Ю. С.</i> Проблемы управления кредитным портфелем в современных российских коммерческих банках.....	132
<i>Ле Ми Чанг.</i> Развитие новых кредитных продуктов при потребительском кредитовании.....	133
<i>Лебедева П. С.</i> Долгосрочная финансовая политика организации электроэнергетической отрасли в современных условиях.....	134
<i>Маврычев И. А.</i> Роль налогов в финансовом регулировании социальных процессов.....	135
<i>Мацеева Т. Т.</i> Банкострахование в России: оценка современного состояния, проблемы и перспективы развития.....	136
<i>Мбеве Э. Ч.</i> Валютный риск в коммерческом банке: подходы к управлению.....	137
<i>Михайлова Д. В.</i> Финансовая поддержка малого бизнеса: антикризисный план.....	138
<i>Назир Д. М.</i> Структура депозитного портфеля коммерческого банка в современных условиях.....	139

<i>Новикова А. Д.</i> Проблемы собираемости налогов в России и пути их решения.....	140
<i>Новикова А. Л.</i> Тенденции развития налоговой политики Ивановской области.....	141
<i>Питалева К. И.</i> Управление кредитным риском в коммерческом банке..	142
<i>Прокофьева У. Н.</i> Современные проблемы кредитования юридических лиц в России.....	143
<i>Пузырев И.В.</i> Проблема ликвидности региональных банков Ивановской области в условиях турбулентности.....	144
<i>Ранжина В. С.</i> Инновации в банковском обслуживании: мобильный банкинг.....	145
<i>Реутова Л. М.</i> Битрубль: есть ли будущее среди криптовалют мира?.....	146
<i>Сафронова В. С.</i> Развитие банковских продуктов как фактор устойчивости коммерческих банков.....	147
<i>Сергеева Ю. С.</i> Проблемы и перспективы развития финансового контроля в России.....	148
<i>Смурова Н. Е.</i> Проблемы введения норматива краткосрочной ликвидности коммерческого банка.....	149
<i>Тарасова Н. В.</i> Инновации как фактор конкурентоспособности коммерческих банков.....	150
<i>Третьякова Ю. С.</i> Банковские инновации: мировой опыт и Российская практика.....	151
<i>Уладжаева О. Н.</i> Роль финансов в развитии наукоградов.....	152
<i>Царева Ю. С.</i> Финансовая политика России на современном этапе.....	153
<i>Четверикова Е. А.</i> Современные методологические подходы к оценке финансовой устойчивости коммерческих банков.....	154
<i>Ширяева О. А.</i> Современные методы управления кредитным портфелем коммерческого банка.....	155
<i>Шпирко В. А.</i> Проблемы управления кредитным портфелем в российских коммерческих банках.....	156

**Секция
«БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ,
АУДИТ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ
И ПРАКТИКИ»**

<i>Бодягина О. А.</i> Последствия введения моратория на проведение неналоговых проверок малого бизнеса.....	158
<i>Балясова Е. Д., Маврычев И. А.</i> Налогообложение резидентов особых экономических зон.....	159
<i>Викторова М. А.</i> Перспективы введения ЕСН.....	160
<i>Грязнов В. С.</i> Проблемы ведения бухгалтерского учета на малых предприятиях.....	161
<i>Грязнов В. С., Бодягина О. А.</i> Перспективы аудиторского бизнеса в России.....	162
<i>Ивашина А. А.</i> Налоги и их влияние на инвестиции в России.....	163

Калинина Ю. С. Система методов оценки экономических рисков предприятий.....	164
Касаткина Е. А., Уладжаева О. Н. Проблема налога на большегрузный транспорт: система взимания платы «Платон».....	165
Колева М. Н. Бухгалтерский учет ГСМ в различных ситуациях.....	166
Котченко Е. Н. Налог на недвижимость в России: перспективы введения и реализации.....	167
Котченко Е. Н., Викторова М. А. Адаптация малого и среднего бизнеса к условиям кризиса.....	168
Разумова А. С. Учет затрат на восстановление и ремонт основных средств.....	169
Тарасова М. А. Учет кассовых операций и его особенности.....	170
Топал А. Н. Ремонт и модернизация (реконструкция) основных средств: проблемы учета.....	171
Халезова К. А. Бухгалтерский комплаенс как механизм управления бухгалтерскими рисками.....	172
Языкова Н. С. Корректное применение учетной политики в условиях современной экономики.....	173
Языкова Н. С., Воробьева В. А. Анализ производства и продаж в швейной промышленности.....	174

Подписано в печать 15.04.2016 г.
Формат 60 x 84 1/16. Бумага писчая. Печать плоская.
Усл. печ. л. 10,7. Уч.-изд. л. 9,6. Тираж 50 экз.

Издательство «Ивановский государственный университет»
153025 Иваново, ул. Ермака, 39
(4932) 93-43-41 E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru