

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, 20–24 апреля 2015 г.

Часть II

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Иваново

Издательство «Ивановский государственный университет»

2015

ББК 66.3(2)3
М 754

Молодая наука в классическом университете : тезисы докладов научных конференций фестиваля студентов, аспирантов и молодых ученых, Иваново, 20 – 24 апреля 2015 г. : в 7 ч. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2015. – Ч. 2 : Актуальные проблемы современной экономики. – 236 с.

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. Н. Щуков**,
д-р экон. наук **В. И. Куликов**, д-р экон. наук **А. С. Лифшиц**,
канд. экон. наук **Д. А. Маринцев**, канд. экон. наук **И. А. Сокова**,
канд. экон. наук **В. П. Тихомирова**, канд. экон. наук **С. В. Данилова**,
канд. экон. наук **С. Г. Езерская**, канд. экон. наук **А. Ю. Роднина**,
канд. экон. наук **С. В. Симонцева**, канд. экон. наук **С. А. Плетюхина**

Издается в авторской редакции

ISBN 978-5-7807-1108-3

© ФГБОУ ВПО «Ивановский
государственный университет», 2015

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

Е. Ю. АВДОНИНА
Ивановский государственный университет

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ

Продовольственная безопасность (ПБ) является одной из главных целей аграрной и экономической политики государства. Продовольственная политика – это комплекс мер, призванных системно и эффективно решать задачи развития не только производства, внешней торговли, хранения и переработки, но и справедливого распределения основных продуктов питания, а также социального развития сельской местности. Элементы ПБ: физическая доступность достаточной в количественном отношении, безопасной и питательной пищи; экономическая доступность к продовольствию должного объема и качества, всех социальных групп населения; автономность и экономическая самостоятельность национальной продовольственной системы (продовольственная независимость); надежность (минимизация влияния сезонных, погодных и иных колебаний на снабжение продовольствием населения всех регионов страны); устойчивость. В ПБ входит наличие продовольствия (производство, запасы, потери, экспорт-импорт), доступность, стабильность поставок, продовольственное потребление (оценивается с позиции соответствия фактического потребления нормам по пищевой ценности).

Пороговые значения показателей продовольственной независимости в России были превышены, по зерну, маслу растительному. По ряду других продуктов ситуация не столь благополучная – например, по молоку уровень продовольственной независимости составляет около 80%, по мясу – 75,9%. Но общий уровень продовольственной безопасности в России за последние 15 лет вырос на 9% и сейчас составляет 89% (в 1999 г. этот показатель в России составлял менее 80%). По говядине фактический уровень независимости более чем в два раза меньше порогового уровня. Своей продукции у нас только 37%. Зато всё в порядке со свининой и курятиной. Согласно доктрине продовольственной безопасности, картофелем и зерном мы должны обеспечивать себя сами на 95%,

молоком — на 90%, сахаром и растительным маслом — на 80%, мясом — на 85%. Главная угроза продовольственной безопасности – вымывание малых форм хозяйствования и чрезмерная концентрация сельхозпроизводства, а также подконтрольность значительной части крупнейших производителей иностранцам.

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

Т. В. АЗАРОВА

Ивановский государственный университет

КОНКУРЕНЦИЯ КАК ОБЩЕСТВЕННЫЙ ИНТЕРЕС

Теоретическое осмысление понятия «конкуренция» на сегодняшний день раскрывается в структурном и поведенческом аспекте. Характеристика функциональной составляющей данного экономического явления ограничивается констатацией того факта, что конкуренция является неременным условием развития рыночных отношений и достижения эффективности производства.

В последние годы государство активно поощряет развитие конкурентных отношений. Вместе с тем такое направление государственной политики довольно часто негативно воспринимается участниками рынка, поскольку налагаемая на них обязанность вести деятельность в рамках конкурентного поля расценивается в качестве одного из дополнительных барьеров ведения предпринимательства. Полагая такое мнение ошибочным, нами предпринята попытка осмысления конкурентного явления с точки зрения общественной полезности.

Заложенная еще А.Смитом в рамках классической экономической школы идея о том, что в условиях конкуренции стремление к реализации личных интересов способствует достижению интересов общественных, справедлива практически всегда за исключением ситуаций, попадающих под модель так называемой «трагедии общин».

Ситуация конкуренции в каждый момент времени задает участникам данного механизма определенный набор временно инвариантных условий: характер спроса и предложения, величину спроса и предложения, равновесную цену, величину издержек т.д. При этом участники конкурентного взаимодействия должны как минимум соответствовать этому набору условий, а, желательно, стремиться выйти из такой «зоны комфорта» для обеспечения себе конкурентных преимуществ.

Другими словами конкуренция обеспечивает некий стандарт для каждого производителя (продавца), который одновременно является для покупателей (потребителей) гарантией того, что приобретенный товар (работа, услуга) будет качественно соответствовать такому стандарту.

Таким образом, с точки зрения общественной полезности конкуренция обеспечивает устойчивость рыночной ситуации, поскольку удовлетворение интересов участников рынка в наибольшей степени достигается именно в конкурентных условиях.

Научный руководитель: д-р экон. наук Е. Е. Николаева

А. П. АФАНАСЬЕВА

Ивановский государственный университет

ПАРАДОКС ЦЕННОСТИ

В своей книге «Богатство народов» Адам Смит сформулировал так называемый парадокс ценности, согласно которому польза от воды огромна, но ценность — ничтожна, и в то же время бриллиант, который не имеет никакой практической ценности, имеет высокую цену. Ответ на этот парадокс может быть таким. Вода относительно изобильна, а бриллианты — редки. Ценность воды и бриллианта определяется их предельной полезностью. Из-за того, что воды в мире много, ее предельная полезность (определяемая последним стаканом воды) очень мала. У бриллиантов, которые относительно редки, предельная полезность намного выше.

Существует и другое объяснение: Классическая экономическая наука (А. Смит, Д. Рикардо) объясняет это противоречие тем, что цена массовых товаров зависит не столько от их ценности для потребителя, сколько от стоимости (затрат рабочего времени) для производителя. Средние затраты на добывание стакана воды сопоставимы со средними затратами для добывания алмаза точно так же, как сопоставимы их цены.

Проблема, связанная с парадоксом ценности, послужила одной из причин анализа проблемы предельных величин: Карл Менгер пришёл к выводу, что ценность зависит от субъективной оценки людей, которые наиболее высоко ценят относительно наиболее редкие товары и услуги. Так, картина Леонардо да Винчи и картина современного посредственного художника, написание которых был затрачен одинаковый труд, будут иметь различную ценность.

Однако с точки зрения классической экономической науки никакого парадокса не существует. Цена товаров зависит не столько от их ценности для потребителя, сколько от стоимости (затрат рабочего времени) для производителя. Затраты на добывание стакана воды сопоставимы с затратами для добывания алмаза точно так же, как сопоставимы их цены.

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

М. Г. БИГАНОВА

Ивановский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СПАД

Экономический рост подразумевает собой такое развитие национального хозяйства, при котором увеличивается реальный объем производства (ВВП), также можно сказать, что это переход от одной стадии к другой – более высокой. Экономический рост подразумевает:

1) Стабильность и подъем экономического роста, т.е его эффективность и качество.

2) Периодически экономический рост сменяется спадами в экономике.

Рассмотрим один из наиболее важных показателей экономической динамики – ВВП. Так как непосредственно он определяет экономический рост, то можно задуматься и над тем, что же именно влияет на изменение ВВП?

Во-первых, это численность экономически активного населения. Чем больше трудоспособных людей, тем выше ВВП. Соответственно, чем выше ВВП, тем больше доходы экономики страны, а если увеличиваются доходы, то это можно считать экономическим ростом.

Во-вторых, номинальный ВВП может расти при инфляции, когда цены на товары поднимаются.

Также, на экономический рост влияет количество и качество природных ресурсов, а главное, их правильное использование!

Из этого следует, что при правильном использовании ресурсов появится возможность их более высокой и выгодной продажи за границей. Это определяет динамику национального дохода и непосредственную эффективность экономического роста. Спад в национальной экономике возможен в случае понижения уровня совокупных расходов населения, на этапе, как правило, усиливается рост безработицы. Производители несут убытки, т.к. нарушается соответствие между совокупным спросом и предложением.

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

Д. А. БУРДАСТОВ

Ивановский государственный университет

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В настоящее время в России осуществляется переход к рыночным отношениям. Этот переход сопровождается целым рядом социально-экономических проблем. Одной из таких проблем является проблема занятости населения. Массовая бедность и социальная незащищенность широких слоев населения - наша действительность. Безработица – это одна из наиболее важных макроэкономических проблем, которая оказывает прямое воздействие на человека. Потеря работы для большинства людей означает снижение жизненного уровня и наносит серьезную психологическую травму. Поэтому неудивительно, что проблема безработицы часто является предметом политических дискуссий. Среди конкретных причин, обуславливающих сокращение занятости трудоспособного населения в России, можно отметить следующие: характерной чертой российской экономики являлась чрезмерная численность производственного персонала предприятий; переход к рыночным критериям оценки хозяйствования предприятий обнаруживает несостоятельность многих из них, поскольку они не могут приспособиться к реальному спросу по видам продукции, ее ассортименту, качеству, цене; многие госпредприятия восприняли либерализацию цен как возможность их бесконтрольного повышения с тем, чтобы не только покрыть свои чрезмерные издержки, но и значительно увеличить доход (прибыль и зарплату). Рыночные реформы ведут к успеху только если сопровождаются глубокой структурной перестройкой. Наряду с приведенными выше факторами массовой безработицы в наших условиях действуют и репродуцирующие безработицу специфические факторы. Имеются в виду разрывы сложившихся хозяйственных связей между бывшими союзными республиками СССР (ныне независимыми государствами), а также между Россией и странами Восточной Европы. По данным выборочных обследований населения по проблемам занятости Федеральной службой государственной статистики, в период с 2009 г. по 2013 г. наблюдается снижение уровня безработицы в России. Важным принципом с позиций обеспечения занятости населения при стабилизации экономики

является нахождение компромисса между экономическими и социальными результатами. На деле это означает, что все варианты мер, направленных на стабилизацию, должны предварительно оцениваться по их влиянию на рынок труда и корректироваться, если возникнет в этом необходимость.

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

А. В. ГАНЦЕВ

Ивановский государственный университет

ВИДЫ ЦЕННЫХ БУМАГ И ОПЕРАЦИИ С НИМИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Инвестиционные операции банков сводятся в основном к операциям с ценными бумагами. Под ценными бумагами понимаются специальным образом оформленные финансовые документы, предъявление которых необходимо для реализации выраженного в них права. Так же ценную бумагу можно определить как денежный документ, который удостоверяет отношения совладения или займа между ее владельцем и эмитентом. Специфика и закономерности процессов первичного и вторичного обращения ценных бумаг определяются в зависимости от их типа.

Конкретные виды ценных бумаг в Гражданском кодексе РФ: государственная облигация, облигация, вексель, чек, депозитный сертификат, сберегательный сертификат, банковская сберегательная книжка на предъявителя, коносамент, акция, приватизационные ценные бумаги, двойное складское свидетельство, складское свидетельство как часть двойного свидетельства, залоговое свидетельство (варрант) как часть двойного свидетельства, простое складское свидетельство.

Операции с ценными бумагами, осуществляемые коммерческими банками, концентрируются в рамках фондового (инвестиционного) отдела каждого банка, покупающего и продающего их как за счет средств банка, так и по поручениям клиентов. Кроме того, фондовые отделы могут заниматься организацией эмиссии (выпуска) и реализации ценных бумаг предприятий, организаций, ведомств, осуществлять хранение или управление портфелем ценных бумаг клиента за соответствующее комиссионное вознаграждение.

Коммерческие банки могут осуществлять полный комплекс фондовых операций, выступая на рынке в качестве эмитента ценных бумаг, инвестора и посредника в отношениях сторонних эмитентов и

инвесторов, предоставлять депозитарные и расчетно-клиринговые услуги, а также оказывать трастовые услуги. Так же банки могут проводить инвестиционные операции - это вложения денежных и иных резервов банка в ценные бумаги, недвижимость, уставные фонды предприятий от своего имени и по своей инициативе с целью получения прямых и косвенных доходов.

Научный руководитель: д-р экон. наук Е. Е. Николаева

Д. А. ГУСЕВА

Ивановский государственный университет

СБЕРЕЖЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Сбережения населения – это специфическое явление в экономике, поскольку находятся на стыке интересов населения, организаций и государства. Экономический кризис, вызванный геополитической ситуацией в мире, оказал влияние на сберегательное поведение россиян.

Население часто судит о состоянии экономики по курсу рубля, поэтому оценка степени влияния наблюдаемых изменений в стоимости валюты носит негативный характер. Однако, по данным Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), подавляющее большинство россиян (88%) не предпринимали в 2014 году никаких действий по обмену валюты. При этом только 4% респондентов покупали иностранную валюту, а 2% продавали ее, столько же делали покупки в рублях. В прибыльной ситуации оказались те, кто вложил свои свободные денежные средства в валюту до начала девальвации рубля. Это говорит о том, что валюта является долгосрочным способом организации сбережений. Осуществление сбережений в виде инвестиций в валюту имеет существенный риск, так как динамика курса валют непредсказуема в условиях кризиса.

Коммерческие банки привлекают внимание россиян высокими процентными ставками по вкладам. За 2014 год процентная ставка по депозитам (в российских рублях) выросла более чем на 7 п. п. В конце декабря 2014 года была внесена поправка в ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ», согласно которой сумма государственного страхового возмещения вкладов была повышена вдвое до 1,4 млн. рублей. Созданные условия благоприятно повлияли на сберегательное поведение население, которое начало инвестировать свободные денежные средства в банковские вклады.

Инвестиции в золото и недвижимость – это достаточно консервативные способы организации сбережений, которые во времена экономической нестабильности нельзя отнести к высокодоходным.

Таким образом, в условиях экономической нестабильности наиболее надежным и ликвидным способом организации сбережений населения являются банковские вклады.

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

Н. Е. ЗАЙЦЕВА

Ивановский государственный университет

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ INTERNET-ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Развитие Internet-потенциала в условиях информационной экономики выступает одним из главных факторов успешного функционирования всех элементов и структур информационного общества. В современных условиях становления Internet-потенциала можно выделить ряд факторов, которые препятствуют его развитию. Данные факторы разделим на три группы.

1) Уровень развития ИКТ-инфраструктуры. К этой категории отнесем технические условия реализации Internet-потенциала (наличие точек доступа к сети Internet, уровень компьютеризации населения, качество телекоммуникационных услуг, применяемого оборудования, наличие квалифицированных специалистов в сфере ИКТ, уровень затрат на техническое и информационное обслуживание и др.).

2) Мотивация потребителей. Данные факторы характеризуют уровень готовности использования Internet-потенциала со стороны рыночных агентов, государственных структур, конечных потребителей (уровень образования, уровень компьютерной грамотности потребителей-пользователей, престижность использования современных ИКТ в реализации задач экономического и социального развития, др.).

3) Правовое регулирование экономических и социальных отношений, реализуемых на базе применения Internet-потенциала (уровень информационной безопасности, защиты конфиденциальной информации).

Условия и факторы, способствующие развитию Internet-потенциала условно разделим на две группы.

1) Факторы, характеризующие рост эффективности деятельности экономических агентов и государственных структур.

2) Факторы экономической и институциональной среды развития Internet-потенциала (уровень экономического развития, степень готовности экономических субъектов и органов государственной власти к внедрению и использованию Internet-потенциала, практика государственных программ стратегического развития информационного общества, электронного правительства в РФ, международные обязательства в рамках принятой глобальной стратегии перехода к информационному обществу).

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

О. А. ЗУБКОВА

Ивановский государственный университет

ДИНАМИКА КУРСА РОССИЙСКОГО РУБЛЯ В 2014 г.

Финансовый кризис в России, начавшийся в 2014 году – ухудшение экономической обстановки в России, вызванное стремительным снижением цен на энергоресурсы, продажа которых составляет значительную часть в доходах бюджета России, а также введением экономических санкций в отношении России в связи с событиями в Крыму и на востоке Украины. Эти факторы вызвали значительное снижение курса рубля относительно иностранных валют, а затем увеличение инфляции и замедление роста реальных доходов населения.

По заявлению Центрального банка России, снижение цен на нефть и экономические санкции стран Запада в отношении России вызвали ослабление рубля, которое привело к увеличению инфляции. Д. Медведев отметил, что кризис вызван, в том числе и политическими решениями российского руководства.

После финансово-экономического кризиса 2008—2009 годов российская экономика начала восстанавливаться. В апреле 2010 года премьер-министр России Владимир Путин тогда заявил об окончании рецессии. По итогам 2010 года, рост ВВП составил 4%, превысив прогнозы. С конца 2012 года началось замедление темпов роста. К концу 2013 года признали стагнацию в экономике. Международный валютный фонд и Всемирный банк также отметили замедление экономического роста и снизили прогнозы по росту ВВП в 2013 и 2014 годах. Главной причиной стагнации являлась продолжающаяся

зависимость страны от нефти. Рост ВВП в 2013 году составил всего 1,3%.

Слабый рубль, в первую очередь, выгоден реальному сектору экономики, продукция которого идет на экспорт.

Кому выгоден сильный рубль: 1) государству (являющийся гарантом мощной и развитой экономики, стабильный и высокий курс национальной валюты позволяет иметь большую ликвидность государственным ценным бумагам, а также привлекать зарубежных инвесторов); 2) населению, которое получит импортные товары по более дешевой цене; 3) предприятиям, закупающим сырье и оборудование за границей.

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

А. А. ИВАШИНА

Ивановский государственный университет

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Актуальным стаёт процесс инвестирования, так как в современных условиях России, инвестиции должны стать важнейшим средством достижения реальных структурных изменений, технического перевооружения, повышения показателей хозяйственной деятельности, и жизненного уровня населения. Термин «инвестиции» означает вложение средств. В более широком смысле инвестиции представляют собой вложение капитала с целью его дальнейшего увелечения. Под иностранными инвестициями подразумевается вложение иностранного капитала в экономику нашего государства.

Россия является одной из ведущих стран по привлечению иностранных инвестиций. Этому способствует ее огромный внутренний рынок, сравнительно квалифицированная и в тоже время дешевая рабочая сила, значительный научно-технический потенциал, большие природные ресурсы и наличие развитой инфраструктуры. Но также существует ряд серьезных препятствий на пути иностранных инвестиций в РФ, такие как – коррупция, нарушение и частое изменение принципов налогообложения, недостаточная защита прав акционеров и интеллектуальной собственности, самоуправство местных властей, криминал в экономике, несоответствие правил ведения бухгалтерского учета международным стандартам и т.п.

Основными странами-инвесторами в российскую экономику остаются Кипр, Нидерланды, Люксембург, Германия, Великобритания, Виргинские острова (Великобритания), США и Франция. На их долю

приходится порядка 80% от общего объема накопленных иностранных инвестиций, в том числе на долю прямых инвестиций – около 78%. В первом квартале 2014 года в небанковский сектор экономики России поступления прямых иностранных инвестиций составили 10,2 млрд. \$, во втором 10 млрд. \$ и в третьем всего 1 млрд. \$

Прослеживается резкий спад прямых инвестиций, так в 2013 году за 3 первых квартала их объем составил 54 млрд. \$, а отток капитала за рубеж российскими компаниями в третьем квартале составил 11,8 млрд. \$, что больше на 2,1 млрд. \$, чем в 2013 году. Такое снижение инвестиций связано с геополитическим конфликтом из-за кризиса на Украине и санкциями, наложенными западными странами. И продолжится это до того момента, пока не нормализуется ситуация на юго-востоке Украины.

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

М. А. КАЗАРЦЕВ

Ивановский государственный университет

К ВОПРОСУ О БРЕНДЕ МЕСТА (на примере Ивановской области)

В научной литературе определение бренда места (страны, региона, области, города) является предметом жарких споров между специалистами самых различных областей знаний. Одни говорят, что бренд места четко определяем, структурирован и ценность его легко измеряема в денежных единицах. Другие считают, что бренд места – это ускользающий от анализа психологический феномен, которому трудно найти название и который непостижимым образом приносит вполне осязаемые экономические выгоды.

Таким образом, в научной литературе сложилось единое понимание того, что бренд места приносит экономическую выгоду, но недостаточно исследовано как эта выгода складывается.

По нашему мнению, бренд места – это процесс осознанного и целенаправленного формирования восприятия места населением страны, то есть поиск, выражение и развитие идентичности места, а также его представление в ярких, взаимосвязанных образах, привлекательных для всего населения.

На идентичность места оказывают влияние функциональные, социальные и экономические ценности, формирующие конкурентные преимущества этого места.

К функциональным ценностям относится качество и доступность услуг, а также их уникальность.

Под социальными ценностями понимаются личные преимущества, которые предоставляет место.

К экономическим ценностям относится инвестиционный климат, развитость транспортной инфраструктуры, знание и опыт трудоспособного населения и производимая продукция.

Экономические ценности и предопределяют те конкурентные преимущества и экономические выгоды, которые предоставляет бренд места.

Научный руководитель: канд. экон. наук В. В. Солдатов

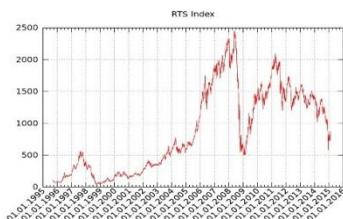
Ю. С. КАЛИНИНА

Ивановский государственный университет

СПЕКУЛЯТИВНЫЕ СДЕЛКИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

В обыденной жизни часто можно слышать слово "спекулянт" по отношению к любому индивиду, который получил прибыль на перепродаже товара. Но так ли это на самом деле? В экономической науке спекулянт - это лицо, стремящееся получить прибыль за счёт разницы в курсах финансовых инструментов, которая может возникнуть во времени.

Практически большая часть решений экономике принимается в условиях неопределенности будущего развития хозяйственной жизни и поэтому в своей основе носит спекулятивный характер. На рынке ценных бумаг она не должна рассматриваться только как возможность легкого обогащения тех или иных лиц, потому что выполняет ряд других функций. Во-первых, именно спекулятивный потенциал ценных бумаг способствует дополнительному повышению интереса к ним вкладчиков. Во-вторых, спекуляция способствует повышению уровня ликвидности финансовых активов. Чтобы подчеркнуть актуальность данной проблемы приведем некоторые данные:



Мы видим, что до 2014 года цены на акции постепенно возрастали, но из-за сложной экономической ситуации в 2015 году они резко упали. Это связано, в том числе и с тем, что спекулянты ринулись продавать свои ценные бумаги по более дорогим ценам. В результате этого спрос на ценные бумаги упал, и цены на акции понизилась. Это происходит потому, что если спекулянта ожидает в будущем повышения цены актива, то он купит его сейчас, чтобы продать в будущем по более высокой цене. Такие действия называют игрой на повышение, а спекулянтов - "быками", когда же актив продают по более высокой цене, чтобы потом выкупить по более дешевой называют игрой на понижение, а спекулянтов-"медведями".

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

Е. Д. КАРАБАНОВА

Ивановский государственный университет

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Под теневой экономикой понимают экономическую деятельность, находящуюся вне государственного контроля и учёта. Теневая экономика имеется во всех странах мира, так, «теневая» составляющая ВВП развитых стран оценивается в 5-10%, в России □ до 50% в среднеотраслевом значении. Структура теневой экономики состоит из криминального и некриминального секторов. К первому относятся торговля наркотиками, оружием, рэкет коррупция, фальшивомонетничество и др. К некриминальному сектору относятся деятельность домашних хозяйств, репетиторство, частный извоз, строительство, ремонт техники, сдача в поднаем жилья, частная медицинская практика и другие виды деятельности.

Отрицательное воздействие теневой экономики проявляется, во-первых, на состоянии государственных финансов, что в свою очередь ограничивает способность государства выполнять свои функции, вынуждая сокращать расходы на управление, оборону, развитие фундаментальной науки. Во-вторых, приводит к деформации развития отдельных секторов легальной экономики. В-третьих, тормозит экономический рост, инвестиционные процессы и развитие отраслей легальной экономики. В-четвертых, отрицательно влияет на развитие конкуренции. В-пятых, приводит к снижению эффективности деятельности предприятий легального сектора. В-шестых, несет серьезную угрозу для экологии. В-седьмых, приводит к росту

криминальной экономики, преступности, в том числе организованной, и коррупции в обществе.

К позитивным последствиям теневой экономики можно отнести сглаживание перепадов в экономической конъюнктуре при помощи перераспределения ресурсов между легальной и теневой; смягчение нежелательных социальных противоречий (снижение безработицы); теневая экономика подпитывает своими ресурсами легальную. В результате теневая экономика помогает развитию официальной экономики.

Таким образом, последствия теневой экономической деятельности неоднозначны, причем они не ограничиваются социально-экономической сферой, а затрагивают практически все стороны общественной жизни.

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

Н. А. КНЯГИНИНА
Шуйский филиал ИвГУ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАЛЫХ ГОРОДОВ

Изучение проблематики малых городов является одним из специфических вопросов. В настоящее время социально-экономическая ситуация в малых городах значительно ухудшается. Необходимо искать решения с выходом малых городов из депрессивного состояния.

К сильным сторонам, влияющим на городскую среду малых городов можно отнести транспортный выигрыш. Преимуществами транспортного аспекта являются короткие расстояния административных пунктов, которые несут экономию на затраты времени и денежные затраты. Затраты на транспортные услуги в крупных городах значительно выше, чем на территориях с небольшой площадью. Как известно по данным Ивановской области расходы на транспорт составляют 2,5% по состоянию на 2013 год.

В малых городах численность населения постоянно сокращается. Демографическая ситуация характеризуется процессом естественной убыли. Для малого города характерен усадебный тип проживания. Усадебное хозяйство в общем виде представляет собой образ малоэтажной застройки, при которой имеется индивидуальный участок. Личный сектор индивидуального хозяйства имеет много возможностей для активизации видов экономической деятельности. Следует также выделить многоквартирный тип жилья, при котором

возникает теснота межличностных отношений. Положительным фактором взаимодействия малых городов является близость к прилегающей территории. Люди приобретают дачи, коллективные участки для ведения огородничества, садоводничества в сельской местности.

Для малых городов характерно свертывание основных производств и подорванность экономики. Миграция населения является еще одной проблемой рынка труда в малых городах. Трудовая миграция приобрела огромный размах. Причины отъезда кроются, прежде всего, в низком уровне оплаты труда. Характеризуя особенности малых городов необходимо заметить, что существует множество конкурентных преимуществ в развитии малых городов.

Научный руководитель: д-р экон. наук Б. Д. Бабаяев

А. В. КРЫЛОВА

Ивановский государственный университет

БОРЬБА С БЕДНОСТЬЮ В ГЕРМАНИИ

В 2012 году почти каждый пятый житель Германии прозябал в бедности или был социально ущемлён (итоги исследования «Жизнь в Европе 2012»). Согласно официальным данным ЕС, бедным считается человек, получающий менее 60% среднего дохода в его государстве. Германия — один из ярких примеров богатой страны с большим количеством бедных. По официальной методике, принятой Евросоюзом, бедными являются 13% немцев (черта бедности в Германии — 781 евро в месяц).

Континентальная (Бисмарковская) модель (Германия, Нидерланды, Австралия, Швейцария, Франция) предусматривает взаимозависимость между уровнем соцзащиты и продолжительностью трудовой деятельности. В настоящее время в системе социальной защиты Германии, которые добились наибольших успехов в сокращении бедности, происходят следующие изменения: 1) функции соцзащиты населения перераспределяются между государством, местными органами власти, предприятиями, некоммерческими и общественными организациями; 2) основная обязанность по защите нетрудоспособных и социально уязвимых слоев населения перекладывается на местные органы власти. Это повышает адресность системы социального обеспечения, хотя, с другой стороны, увеличиваются нагрузка и объем работы местных органов власти.

В Германии существуют специальные правительственные фонды, которые формируются в основном за счет отчислений с заработной платы. Структура социальной помощи: ежемесячное пособие на «жизнеобеспечение». Оно должно покрывать расходы на питание, предметы гигиены, быта и личного обихода. Больным, престарелым, беременным положены доплаты к пособию. Далее, каждый «социальщик» получает медицинскую страховку, которая дает право на бесплатное медобслуживание и бесплатные лекарства. Дополняет ее страховка на случай потребности в постоянном уходе. Собес оплачивает «социальщику» съемное жилье и отопление. За электроэнергию и телефон, однако, нужно платить самому. Впрочем, абонентская плата за телефон – льготная, а от платы за радио и телевизор бедняки освобождены. Итого на содержание бездетной супружеской пары немецкое государство расходует свыше 1100 евро в месяц.

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

Е. Н. КУЗНЕЦОВА

Ивановский государственный университет

ТЕОРИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В экономической литературе понятие человеческого капитала (ЧК) рассматривают в широком и в узком смысле. В узком смысле одной из форм капитала является образование. Человеческим его назвали потому, что эта форма становится частью человека, а капиталом является вследствие того, что представляет собой источник будущих удовлетворений или будущих заработков, либо того и другого вместе. В широком смысле ЧК формируется путем инвестиций (долгосрочных капиталовложений) в человека в виде затрат на образование и подготовку рабочей силы на производстве, на охрану здоровья, миграцию и поиск информации о ценах и доходах.

Особенности ЧК: в современных условиях человеческий капитал является главной ценностью общества и главным фактором экономического роста; формирование ЧК требует от самого человека и всего общества значительных затрат; человеческий капитал в виде навыков и способностей является определенным запасом, т. е. может быть накапливаемым; ЧК может физически изнашиваться, экономически изменять свою стоимость и амортизироваться; ЧК отличается от физического капитала по степени ликвидности; ЧК неотделим от его носителя – живой человеческой личности;

независимо от источников формирования, которые могут быть государственными, семейными, частными и др., использование ЧК и получение прямых доходов контролируется самим человеком. С точки зрения характера содействия экономическому благосостоянию общества различают потребительский и производительный человеческий капитал; по различию между формами, в которых он воплощается, – живой, неживой и институциональный капитал; по форме обучения сотрудников на рабочем месте можно выделить специальный человеческий капитал и общий человеческий капитал. Идея человеческого капитала отражена в трудах У.Петти., А.Смита, А.Маршалла, Г.Беккера и Т.Шульца, Й.Бен-Порэта, М.Блауга, Э.Лэзера, Р.Лэйарда, Дж. Минцера, Дж. Псахаропулоса, Ш.Розена, Ф.Уэлча, Б.Чизуика и др. Центральное место в теории человеческого капитала принадлежит понятию внутренних норм отдачи. Они строятся по аналогии с нормами прибыли на капитал и позволяют оценивать эффективность человеческих инвестиций, прежде всего – в образование и производственную подготовку.

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

Д. И. ЛИНЕВА

Ивановский государственный университет

50 ЛЕТ «ВОЙНЫ С БЕДНОСТЬЮ» В США

8 января 1964 года в своем первом докладе о положении страны президент Линдон Джонсон провозгласил: «Соединенные Штаты объявляют безоговорочную войну бедности!». Пятьдесят лет спустя война продолжается, она требует даже больших усилий, если говорить о ее финансировании, в то время как результаты этой борьбы открыты самой разнообразной интерпретации. Согласно статистике, полстолетия назад число бедных в Америке составляло чуть больше 19% населения, сегодня – чуть больше 15%. Понятие «бедность» в США относительно: бедным формально считается человек, зарабатывающий меньше 11,5 тыс. долл. в год, семья из четырех человек считается бедной, если ее доход меньше 24,5 тыс. долл. Например, жилье типичного американского бедного просторнее, чем жилье типичного среднего не бедного англичанина, француза или немца. Оно находится в нормальном состоянии, бедный американец может позволить себе кондиционер, кабельное телевидение, несколько телевизоров. У среднестатистического американского бедного есть

автомобиль, более чем у половины – компьютеры. Подавляющее число бедных нормально питается.

Такое изменение представления о бедности обошлось Соединенным Штатам за пятьдесят лет в 20 трлн долл. По разным подсчетам, на одного бедняка страна расходует в год от 9 до 17 тыс. долл., учитывая десятки программ помощи: от денежных вспомоществований до помощи продуктами, субсидированного жилья и классов профессиональной подготовки.

Сторонники продолжения затяжной войны с бедностью, ставшей частью крупнейшей программы социальных реформ президента Джонсона, получившей название «Великое общество», говорят об успехах, достигнутых за эти десятилетия: Например, в 1963 г. 51% афроамериканцев жили в бедности и лишь 25% заканчивали среднюю школу, сегодня около 27 % афроамериканцев живут в бедности и 62% получают среднее образование.

Есть точка зрения, что это – провальная стратегия, сокращение бедности на 3–4% за полстолетия едва ли оправдывает такие инвестиции, говорят критики, а деньги, выбрасываемые на эти цели, идут не по назначению, они способствуют формированию психологии иждивенцев у целой прослойки населения.

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

Н. В. ЛОПАТИНА

Ивановский государственный университет

ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОЭТАЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Несмотря на кризис мировой экономики, малоэтажное домостроение по-прежнему остается одним из самых динамично развивающихся направлений жилищного строительства. В рамках проекта строительства «одноэтажной России в 2015–2020 гг. в России необходимо строить от 500 тыс. до 1 млн индивидуальных и доступных жилых домов в год, а средний ежегодный объем вводимого в эксплуатацию малоэтажного жилья должен составить 71,25 млн кв. м. Более чем в 15 регионах нашей страны уже приняты программы развития малоэтажного строительства, учитывающие специфику территории и прогноз социально-экономического развития региона.

В целом малоэтажное домостроение обладает рядом существенных преимуществ перед традиционным для России строительством многоэтажного жилья: динамичность: более низкие (по сравнению с производством традиционных строительных

материалов) финансовые затраты; экономичность: возможность снижения себестоимости и сроков строительства, а также повышения степени готовности строящихся объектов; в существующих концепциях и стратегиях подчеркивается необходимость снижения себестоимости строительства жилья; экологичность; теплоэффективность.

В современной России для малоэтажного строительства используется ряд технологий: каркасное домостроение (каркасы могут быть как деревянные, так и металлические); многослойные конструкции «сэндвичного» типа; обыкновенный кирпич; пенобетонные/газобетонные блоки; профилированный брус; несъемная опалубка; камень. Например, в США и Канаде до 80% частного малоэтажного жилья приходится на долю домов каркасной конструкции, в Германии и других странах Западной Европы – около 30%.

В каркасно-панельном домостроении центральной полосы России все большую популярность приобретает строительство домов из сэндвич-панелей. Технологии строительства с помощью сэндвич-панелей позволяют очень быстро и с высокой точностью построить теплый, прочный, экологически безопасный и удобный дом. Кирпич считается наиболее дорогостоящим строительным материалом, однако кирпичный коттедж или дача строятся на века. Камень остается самым доступным материалом в строительстве.

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

В. О. МАЙОРОВА

Ивановский государственный университет

ВАЛЮТНЫЙ КУРС И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что валютный курс как инструмент валютной и денежно-кредитной политики оказывает влияние на макроэкономические процессы, торговый баланс, внешнюю торговлю различных стран, поскольку от его уровня зависит внутриэкономическая ситуация, объемы экспорта и импорта, конкурентоспособность ее продуктов на глобальных рынках.

Стабильность и предсказуемость валютного курса является одним из самых главных факторов, определяющих поведение участников валютного рынка. Для обеспечения предсказуемости валютного курса, национальные власти должны позаботиться о

равновесии спроса и предложения на валютном рынке страны. Одним из главных факторов, определяющих успешность действий национальных властей в лице центрального банка, является достоверность анализа и прогнозирования уровней спроса и предложения валюты на валютном рынке со стороны его участников. Резкие колебания валютного курса усиливают нестабильность международных экономических, в т.ч. валютно-кредитных и финансовых отношений, вызывают негативные социально-экономические последствия, потери одних и выигрыши других стран.

Для Российской Федерации проблема формирования эффективного валютного курса является одной из наиболее сложных в системе задач денежно-кредитного регулирования, в связи с высокой степенью зависимости параметров развития от цен на сырьевые товары на мировых рынках, открытостью финансовой системы мировым влияниям, политической ситуацией в стране и за рубежом. Эти факторы вызвали значительное снижение курса рубля относительно иностранных валют, увеличение инфляции, уменьшение реальных доходов населения и значительное ухудшение ситуации в ряде отраслей российской экономики. Мировые компании, ведущие бизнес в России, зафиксировали падение прибыли из-за сокращения потребительской активности населения, а часть из них сообщила о выводе своего капитала из России. Проведённое в конце февраля 2015 года исследование показало, что каждая пятая российская компания сократила штат сотрудников из-за кризиса.

Научный руководитель: д-р экон. наук Е. Е. Николаева

А. Ю. МАСЛЕННИКОВА

Ивановский государственный университет

БОРЬБА С БЕДНОСТЬЮ В ИНДИИ

Социальная помощь в Индии носит адресный характер и направлена на такие социальные группы, как: городская беднота, женщины, дети, сельская молодёжь в возрасте 18–35 лет, сельские ремесленники. Значительную роль в поддержании жизни беднейших слоёв играет *государственная система распределения продовольствия* (СРП) по субсидируемым ценам, которая существует в Индии уже более 60 лет. СРП включает два звена: государственную закупку зерна по установленным ценам и его реализацию адресным группам населения через магазины «справедливых цен», которых в стране

более 460 тыс. Через эти магазины ежегодно реализуется до 25 млн тонн зерна.

В 1991 г. в Индии начали внедрять экономические реформы по преобразованию плановой, закрытой экономики, что существенно снизило уровень бедности в стране. Индийское правительство и неправительственные организации инициировали ряд программ по сокращению масштабов бедности, в том числе субсидирование продуктов питания и других предметов первой необходимости, расширение доступа к кредитам, улучшение методов ведения сельского хозяйства и ценообразования, а также содействие образованию и планированию семьи. Эти меры позволили ликвидировать голод, сократить абсолютный уровень бедности более чем вдвое, а также снизить уровень неграмотности населения.

Всемирный Банк запланировал на 2013–2017 гг. выделение Индии 3–5 млрд долл. для борьбы с бедностью. 60% всего финансирования пойдет на правительственные проекты, прежде всего, в самых бедных регионах. Это позволит к 2030 г. сократить уровень бедности до 5,5% от общего населения страны (в 2010 г. было почти 30%). Основное внимание уделяется развитию инфраструктуры, улучшению управления небольшими по размерам городами, а также гуманитарным проблемам.

Министерство жилищного строительства и борьбы с городской бедностью Индии выделяет ресурсы для правительственных штатов с помощью различных схем централизованного спонсирования, обеспечивает финансами в рамках национальных финансовых институтов и поддерживает различные программы внешней помощи для жилищного строительства и городского развития в стране.

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

Е. А. ОМЕЛЬШИНА

Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ И ВЛИЯНИЕ ЕГО СОСТОЯНИЯ НА ЭКОНОМИКУ

В формировании и развитии экономической и социальной структуры общества большую роль играет государственное регулирование, одним из механизмов которого является финансовая система общества и входящий в ее состав государственный бюджет.

Не все экономисты считают, что профицит бюджета – благо для страны. Так, есть мнение, что из-за того, что профицитный бюджет –

следствие жесткой экономической политики, его результатом является недостаток свободных оборотных средств в экономике, в частности снижение ликвидности кредитных организаций.

Бюджетный дефицит – это не показатель плохого хозяйствования, если государство выплачивает денег больше, чем получает, то это повышает покупательную способность в обществе – люди больше покупают, предприятия больше продают, увеличивая занятость ресурсов.

В определённых случаях бюджетный дефицит может оказаться стимулом для активизации экономических процессов.

Важно отметить, что бюджет – это всегда компромисс между различными социальными группами. При неизменных объемах расходов увеличение бюджетных выплат одним группам населения может осуществляться лишь за счет урезания других статей расходов.

В проекте бюджета в 2015 году доходы составят около 14,7 триллионов рублей, расходы — 15,2 триллиона, дефицит ожидается в размере 500 с лишним миллиардов рублей. Дефицит федерального бюджета в 2015-2016 годах будет наращивать свои темпы, его размер может составить более 500 миллиардов.

Грядущие несколько лет, по всей видимости, заставят государство «затянуть пояса». В 2014-2016 годах прогнозируется снижение доходов федерального до 18,3% ВВП. Это связано прежде всего с предполагаемым снижением нефтегазовых доходов. При прогнозировании доходной части бюджета следует учитывать эти субъективные ограничения, а в случае увеличения бюджетного дефицита сверх прогнозов предусмотреть источники его погашения.

Поэтому в грядущие годы расходы будут оптимизированы, а ресурсы перераспределены на наиболее приоритетные задачи – выполнение обязательств государства и финансовое обеспечение пенсионной системы.

Научный руководитель: д-р экон. наук Е. Е. Николаева

Е. В. ПЕЛЕВИН

Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОГЕНЕТИКИ

Исходные положения социогенетики сформулированы П. А. Сорокиным (1919 г.) и Н. Д. Кондратьевым (1930 г.), а также в «Тектологии» А. А. Богданова. Развивая мысль о сдвигах в социально-экономической системе, Н.Д. Кондратьев пришел к понятию

«социогенетика» (экономическая генетика). При таких сдвигах остаётся некоторое ядро, генотип социально-экономической системы, без которого нет самой системы. Данный генотип определяет существенные свойства общества и экономики, в том числе и то, в каком направлении они будут впоследствии перевоплощаться. Но и сами перевоплощения тоже подчиняются определённым законам. Социогенетика охватывает механизмы наследственности, изменчивости (перевоплощений) и отбора в динамике социально-экономических систем. Речь идет об удивительном подобии процессов биологической, социокультурной и технологической эволюций. Социоэкономическая эволюция представляет реализацию некоторой программы человеческого поведения на постоянно сменяющемся друг друга человеческом и предметном материале. В этом процессе участвуют все самоорганизующиеся информационные системы – биологические популяции, социум, культура и т. д.

Как и в ходе биологической эволюции, частота различных реконструкций и изменений отдельных структурных элементов социоэкономической системы растет в период кризиса, обеспечивая возможность ее адаптации и стрессоустойчивости. В период экономического роста наблюдается селекция и закрепление тех экономических структур, которые возникли в период дестабилизации социоэкономического «генотипа» в ходе кризиса. Концепция социогенетики Кондратьева в истории науки стала своеобразным предшественником современной ситуации в области генетики, биотехнологии, геной инженерии, биополитологии. Синтез результатов структурного анализа отдельного акта действия и построенной автором концептуальной антропоцентрической модели «природа↔человек↔общество» или «*NHS*» позволил обобщенно выразить производство продукта посредством функции: $Q = F(A, T, M, Ins, O, Inf)$. В ней: Q – произведенный продукт; A – человеческий; T – технический; M – материальный; Ins – институциональный; O – организационный; Inf – информационный F – факторы его создания.

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

А. Ю. ПЕРОВА

Ивановский государственный университет

АБСТРАКТНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ АКЦИОНЕРНОГО БИЗНЕСА

В современном мире акционерные общества – это наиболее распространенная форма организации крупного и среднего бизнеса.

Организационная модель, которая призвана, с одной стороны, регулировать взаимоотношения между менеджерами компании и их владельцами, с другой – согласовывать цели различных заинтересованных сторон, обеспечивая, тем самым, эффективное функционирование компаний, и получила название системы корпоративного управления.

В каждой стране акционерному бизнесу присущи свои индивидуальные особенности, которые формируют модель функционирования предприятий акционерного типа. Однако среди сложившихся различных систем корпоративного управления можно выделить три модели, наиболее ярко характеризующие различные подходы организации акционерного бизнеса: англо-американскую, немецкую и стран Юго-Восточной Азии (Япония, Китай, Южная Корея).

К неоспоримым преимуществам англо-американской модели мы относим: высокую степень мобилизации личных накоплений через фондовый рынок; ориентацию инвесторов на поиск сфер, обеспечивающих высокий уровень дохода; основная цель бизнеса – рост стоимости компании; достаточно высокую информационную прозрачность компаний.

Преимущества немецкой модели можно сформулировать следующим образом: меньшая стоимость привлечения капитала; ориентация инвесторов на долгосрочные цели; высокий уровень устойчивости компаний; четкое разграничение функций управления и контроля.

К преимуществам японской модели можно отнести: низкую стоимость привлечения капитала; ориентацию на долгосрочные цели; ориентацию компаний на высокую конкурентоспособность; высокий уровень устойчивости компаний.

Сегодня в условиях глобализации экономики и функционирования ТНК существует тенденция к сближению моделей корпоративного управления и рождению новой универсальной модели с присущими ей преимуществами вышеописанных моделей.

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

В. Е. РЕВИНА

Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ

В настоящее время в экономической литературе обсуждаются концепции благосостояния, вклад в разработку которых внесли такие ученые, как А. Смит, А. Сен, И. Бентам, У. Джевонс, А. Пигу, В. Парето, Р. Хикс и Н. Калдор, А. Бергсон, Дж. Роулз, Р. Ноузик и др. Теоретические концепции Пигу стали базой в проведении политики социальных реформ в Великобритании, активно использовались в разработках теорий благосостояния. В работе «Экономическая теория благосостояния» (1924 г.) он разработал практический инструментарий для обеспечения благосостояния на основе посылок неоклассической теории: теория убывающей предельной полезности, субъективные и психологические подходы в оценке благ и принципы утилитаризма. Пигу выводит теорию налогообложения и дотаций, где основным принципом налогообложения является принцип наименьшей совокупной жертвы, т. е. равенство предельных жертв для всех членов общества. Возможны ситуации роста уровня общего благосостояния при неизменности уровня экономического благосостояния. В зависимости от знака внешних эффектов общественные затраты и результаты могут быть либо больше, либо меньше частных.

Экономическая теория благосостояния В. Парето («оптимум Парето») нашла свои истоки в утилитаризме. Вместо сопоставления порядковой полезности отдельных благ Парето предложил сопоставление их наборов, где равные предпочтительные наборы описывались кривыми безразличия. Эти положения легли в основу современной теории потребительского поведения. Известен Парето принципом оптимальности, лежащем в основе экономики благосостояния.

В отечественной литературе выделяются два основных подхода: 1) в основу *ресурсного подхода* (А. И. Анчишкин, С. С. Шаталин, Э. М. Агабабян, Н. М. Римашевская и др.) заложена идея зависимости благосостояния от величин национального дохода, фонда потребления, а последних – от роста общественного производства и совершенствования его структуры.; 2) в *потребительского* подхода (В. Ф. Майер, А. С. Ревайкин, Е. Г. Антосенков, В. Г. Кряжев и др.) – благосостояние рассматривается как личное потребление и конечная фаза расширенного воспроизводства.

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

М. В. РОМАНОВА

Ивановский государственный университет

ИТОГИ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦПРОЕКТА «ЖИЛЬЁ»

Национальный проект «Жильё» (проект «Доступное и комфортное жильё — гражданам России») — программа по улучшению жилищных условий граждан, объявленная в сентябре 2005 г. 30 ноября 2012 г. Правительство РФ утвердило государственную программу «Обеспечение доступным и комфортным жильём и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» на 2013–2020 гг. Главные задачи реализации проекта: 1) развитие массового жилищного строительства: -обеспечение земельных участков коммунальной инфраструктурой; обеспечение автомобильными дорогами новых микрорайонов массовой малоэтажной и многоквартирной застройки; вовлечение в жилищное строительство земельных участков, находящихся в федеральной собственности; 2) господдержка спроса на рынке жилья; 3) выполнение гособязательств по обеспечению жильем отдельных категорий граждан, установленных федеральным законодательством.

Основные направления реализации нацпроекта: 1) развитие жилищного строительства; 2) совершенствование жилищно-коммунального комплекса; 3) предоставление социального жилья и исполнение государственных обязательств по обеспечению жильем отдельных категорий граждан; 4) развитие ипотечного жилищного кредитования населения и рынка жилья.

Цели реализации проекта: 1) нормативно-правовое обеспечение рынка доступного жилья; 2) Реализация программы «Обеспечение жильем молодых семей»; 3) отбор банков для обслуживания средств, 4) участие в конкурсном отборе субъектов РФ на получение средств на реализацию программы «Обеспечение жильем молодых семей»; 5) реализация программы «Государственная поддержка граждан в сфере ипотечного кредитования»; 6) снижение административных барьеров на строительство.

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

Н. А. САЗОНОВА

Ивановский государственный университет

ВОЗРОЖДЕНИЕ ТЕКСТИЛЬНОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ ПРОИЗВОДСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

Создание территориально-промышленных кластеров является одним из основных направлений развития народного хозяйства Российской Федерации в XXI веке. В настоящее время это тенденция актуальна и для Ивановской области, где проводятся мероприятия по созданию текстильно-промышленного кластера. Системным свойством текстильно-промышленного кластера является основной вид применяемого сырья, так как он определяет единство используемой техники, технологии и трудовых навыков. На основе этого свойства в экономической литературе выделяются два основных подхода к пониманию развития текстильно-промышленного кластера Ивановской области: первый подход предполагает дальнейшее развитие и совершенствование хлопчатобумажного производства, с использованием химических волокон и нитей; второй – перевод текстильно-промышленного кластера на преимущественное использование текстильных филаментных нитей и штапельных волокон.

Рассмотрим подробнее сущностные черты первого подхода. Основной его целью является организация производства конкурентоспособного ассортимента текстильной продукции, включающего в себя продукцию медицинского назначения, домашний и технический текстиль из хлопка с широким диапазоном использования химических волокон и нитей. Реализация этой основной цели предполагает: развитие производства хлопка в южных регионах нашей страны; усиление взаимосвязей между текстильным и швейным производством, научно-исследовательскими учреждениями и вузовской наукой, а также модельными и дизайнерскими агентствами, с целью создания инновационных продуктов и технологий их изготовления; внедрение передовых инновационных технологий и стимулирование безотходного производства в текстильной и швейной промышленности; привлечение стратегических партнеров и инвесторов в текстильное и швейное производство и повышение инвестиционной и экспортной привлекательности Ивановской области. В основе этой деятельности находится сохранение бренда Иванова как края, производящего натуральные ткани. Это значит, что существует возможность

дальнейшего развития текстильно-промышленного кластера Ивановской области как производителя хлопчатобумажных тканей с добавлением химических волокон и нитей.

Научный руководитель: канд. экон. наук В. В. Солдатов

Ю. А. САФОНЦЕВА

Ивановский государственный университет

ПАРАДОКС БЕРЕЖЛИВОСТИ

Парадокс бережливости – это такая макроэкономическая ситуация, при которой попытка общества больше сберечь оборачивается такими же или меньшими сбережениями. Эту ситуацию можно проиллюстрировать таким примером: Заправлять машину едем на самую дешёвую автозаправку, но на дорогу до этой заправки тратим бензина в 2 раза больше, чем экономим на покупке бензина.

Простая кейнсианская модель свидетельствует, что для экономического роста необходимо увеличивать совокупные расходы, которые действуют подобно инъекциям, обуславливая рост совокупного дохода благодаря эффекту мультипликатора. А все изъятое из потока расходов мультипликативно сокращает совокупный доход, подталкивая экономику к рецессии или депрессии. Отсюда следовал парадоксальный вывод: чем больше экономика сохраняет, тем беднее она становится. Таким образом, парадокс состоит в том, что пока растут сбережения конкретного человека, экономика в целом страдает. В таком виде парадокс представляется как дилемма заключенного, где сбережения выгодны для каждого человека по отдельности, но вредны для населения и экономики в целом.

Зарождение кейнсианской модели произошло в 30-е годы прошлого века. Однако затем, ей на смену, пришла классическая модель. Здесь во главу угла ставятся инвестиции. Сейчас, в связи с бурным развитием банковского дела и других финансовых инструментов, рассматриваемый парадокс выглядит следующим выше: рост этих инвестиций, тем активнее увеличивается доход, тем более резкий, в конечном итоге, получается экономический подъем. Но действие такой тенденции таит в себе опасность, если в государстве созданы условия для полной занятости населения.

К сожалению, психология людей такова, что наибольшим стимулом для экономии и откладывания денег является ситуация (а еще большим – слухи о чем-либо негативном), когда налицо экономический спад. Австрийский метод, рассматривающий парадокс

бережливости, гласит: основа для экономического развития нации заключается в экономии во имя увеличения потребления в перспективе. Такой вариант также несет на себе печать несоответствия теории с практикой. Остается только надеяться, что парадокс бережливости не сыграет злую шутку с российской экономикой в ближайшем будущем!

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

А. О. СМИРНОВА

Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ РОССИИ: СТРУКТУРА И ТЕНДЕНЦИИ

Государственный долг – это задолженность государства по еще непогашенным внутренним и внешним займам, включающая сам долг и начисленные по нему проценты.

Задолженность государства может быть как внутренней (долговые обязательства федерального правительства перед юридическими и физическими лицами, выраженные в национальной валюте), так и внешней – перед международными и государственными банками, организациями, правительствами, выраженная в иностранной валюте.

Внутренние долговые обязательства делятся на рыночные (по выпущенным на государственном внутреннем рынке ценным бумагам) и нерыночные, как результат исполнения бюджета: долг бюджетных организаций к концу бюджетного периода.

В современной экономической ситуации госдолг России как внутренний, так и внешний имеет тенденцию к росту. По состоянию на 1 февраля 2015 г. внутренний долг РФ, выраженный в государственных ценных бумагах, составляет 7 240 896 млн. руб. Внешний долг по состоянию на 1 января 2015 г. - 54 355,4 млн. долларов США.

Существует также понятие «квазигосударственного долга», т. е. «почти» долга. Оно включает в себя непосредственно государственный и коммерческий долг (т. к. в соответствии с законодательством, в случае банкротства государственной корпорации обязательства по ее долгам должно будет взять на себя государство). В этом случае риски невозврата кредиторами практически не закладываются, поэтому заемщики могут привлекать средства по более низким ставкам. Прежде всего, кредитруемым являются

предприятия нефтегазовой отрасли, военно-промышленного комплекса, добычи промышленных и драгоценных металлов.

Госдолг – бремя, приводящее к негативным последствиям, таким, как снижение хозяйственной активности, недофинансирование реального сектора, рост ставки процента, что в долгосрочном периоде может привести к сокращению запаса капитала и сокращению производственного потенциала страны, угроза долгового и валютного кризиса, создается опасность высокой инфляции в долгосрочном периоде и т. д. Жизнь страны в условиях долга требует грамотных мер управления.

Научный руководитель: д-р экон. наук Е. Е. Николаева

А. К. СОЛОДОВА

Ивановский государственный университет

ЗНАЧЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЗДОРОВЬЕ»

Цели и задачи национального проекта «Здоровье»: укрепление здоровья населения России, снижение уровня заболеваемости, инвалидности, смертности; повышение доступности и качества медицинской помощи; укрепление первичного звена здравоохранения, создание условий для оказания эффективной медицинской помощи на догоспитальном этапе; развитие профилактической направленности здравоохранения; удовлетворение потребности населения в высокотехнологичной медицинской помощи.

К основным направлениям нацпроекта относятся: развитие первичной медико-санитарной помощи, обеспечение населения высокотехнологичной медицинской помощью. В 2008 г. в нацпроект были включены новые мероприятия, направленные на снижение смертности населения России от управляемых причин и сохранение трудового потенциала страны; совершенствование организации медицинской помощи пострадавшим при дорожно-транспортных происшествиях, больным с сердечно-сосудистыми заболеваниями, развитие новых высоких медицинских технологий на базе федеральных медучреждений, а также медучреждений, находящихся в ведении субъектов РФ и муниципальных образований. В рамках нацпроекта было предусмотрено строительство в России 14 федеральных центров высоких медицинских технологий в регионах.

В 2009 г. в нацпроект были включены дополнительно направления: формирование у россиян здорового образа жизни, снижение заболеваемости и смертности от туберкулеза.

Несмотря на благие намерения кураторов национального проекта, существенно изменить ситуацию в здравоохранении не удалось. Некоторые эксперты называют нацпроект «Здоровье» провальным (на поставленном оборудовании оказалось некому работать, расходные материалы быстро закончились, да и качество самого оборудования оставляет желать лучшего, положение с лекарственным обеспечением и кадровым составом медицинских учреждений оставляет желать много лучшего.

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

Д. И. СОСЕДКО

Ивановский государственный университет

ЗНАЧЕНИЕ ГОСПРОГРАММЫ «ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНЫМ И КОМФОРТНЫМ ЖИЛЬЁМ И КОММУНАЛЬНЫМИ УСЛУГАМИ ГРАЖДАН РФ»

Данная госпрограмма, разработанная Минстроем России, состоит из трёх подпрограмм: «Создание условий для обеспечения доступным и комфортным жильём граждан России» (в том числе включает отдельное мероприятие – программа «Жильё для российской семьи»); «Создание условий для обеспечения качественными услугами ЖКХ граждан России»; «Обеспечение реализации государственной программы» и федеральной целевой программы «Жилище» на 2011–2015 гг., федеральной целевой программы «Чистая вода» на 2011–2017 гг.

Госпрограмма направлена на улучшение жилищных условий и обеспечение качественными услугами ЖКХ российских граждан.

На реализацию подпрограмм и мероприятий государственной программы предусмотрены в 2013–2020 гг. бюджетные ассигнования федерального бюджета в объёме 577934420,6 тыс. руб.

Реализация госпрограммы предусматривает достижение следующих показателей в сфере улучшения жилищных условий граждан:

– обеспечение объёма ввода жилья к 2020 г. – до 100 млн кв. м, в том числе в рамках программы «Жильё для российской семьи: в 2015 г. – 5 млн кв. м, в 2016 г. – 6 млн кв. м, в 2017 г. – 14 млн кв. м;

– достижение доли обеспеченных доступным и комфортным жильём семей в общем количестве семей, желающих улучшить свои жилищные условия, в 2020 г. – 60%;

– снижение средней стоимости 1 кв. м жилья к 2018 г. на 20%;

– количество предоставленных ипотечных жилищных кредитов – 871 тыс. кредитов в 2015 г., 946 тыс. – в 2018 г., 1053 тыс. – в 2020 г.;

– превышение среднего уровня процентной ставки по ипотечному жилищному кредиту (в рублях) над индексом потребительских цен в 2015 г. до уровня не более 3,8 процентных пунктов, к 2018 г. – до уровня не более 2,2 процентных пунктов, к 2020 г. – до уровня не более 2,2 процентных пунктов;

– доля ввода жилья для целей сдачи в наём в общей площади ввода жилья в многоквартирных домах – 3,8% в 2015 г., 7,4% – в 2017 г., 9,4% – в 2020 г.

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

И. С. СОТКИН

Ивановский государственный университет

ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ТРАКТОВКЕ ТНК

Вопрос о трактовке ТНК в современной литературе является хорошо разработанным, однако единого мнения по поводу целостности понимания и осознания процесса развития и функционирования ТНК пока не найдено. Существует несколько подходов к пониманию ТНК, одним из которых является политэкономический подход, который рассматривает корпорации как международные монополии.

Международная монополия представляет собой высшую ступень эволюции в процессе объединения капиталов, участвующих в борьбе за экономический раздел мира путем прямой монополизации факторов производства за пределами национальных границ, осуществляющих регулирование мирохозяйственных отношений в интересах присвоения монопольной прибыли. Международные монополии возникают в результате процесса роста концентрации и централизации производства и капитала в мировом масштабе.

Стремительный рост промышленности, быстрый процесс концентрации производства, формирование монополий и международных монополий рассматривается в работах В. И. Ленина как характерная особенность капитализма конца XIX – начала XX в., черта империализма как высшей стадии капитализма.

Крупные структуры несут в себе тенденцию к монополизации. Сложилось устоявшееся мнение, что монополии тормозят научно-технический прогресс. Но в настоящее время возникает сомнение в

справедливости этого тезиса. Ведь на мировом рынке жесткая конкуренция. Поэтому национальные монополии осознают необходимость вписываться в требования НТП, иначе они будут отброшены назад или уйдут с рынка.

В теоретическом плане следует пересмотреть тему монополии в контексте научного прогресса. При этом мы выходим на тему взаимодействия частного интереса ТНК и общественного интереса государства (последнему в современной экономике присуща функция обеспечения развития науки и инноваций).

При активной роли государства в экономиках многих стран формируются крупные госкомпании, формируются инновационные кластеры, что приводит к увеличению инвестиций в НИОКР.

Научный руководитель: д-р экон. наук, доцент Е. Е. Николаева

А. С. СТРИГАНОВА

Ивановский государственный университет

ДИНАМИКА ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ В 2014 – 2015 гг.

Банковская процентная ставка – это относительная величина дохода за фиксированный отрезок времени. В течение 2014 года, банковская процентная ставка как по кредитам, так и по вкладам в коммерческих банках оставалась на одном уровне. Ставка по вкладам в коммерческих банках составляла 12% годовых, а по кредитам от 17,5% . В конце 2014 год банковская процентная ставка по вкладам составляла уже 22% годовых, а по кредитам 23,24%. Это явление было вызвано инфляцией и повышением курса доллара и евро относительно рубля.

Правительство не осталось в стороне. Центральный банк — основной проводник денежно-кредитного регулирования экономики, являющегося составной частью экономической политики правительства. Правительство применило одно из средств денежно-кредитной политики – изменение процентной ставки. Повышая ставку по учетно-ссудным операциям, центральный банк уменьшает возможности коммерческих банков и их клиентов получить кредит, что в свою очередь приводит к сокращению денежной массы и повышает уровень рыночного процента.

Это отражается на состоянии платежного баланса и динамике валютного курса. Повышение ставок способствует привлечению в страну иностранного краткосрочного капитала, а в итоге активизируется платежный баланс, увеличивается предложение

иностранной валюты, соответственно снижается курс иностранной и повышается курс национальной валюты. Снижение ставки центрального банка приводит к противоположным результатам.

В итоге процентная ставка в банках по вкладам упала на 7% и составляет сейчас 15%, а по кредитам выросла на 9,7% и составляет 32,9%.

Правительство старается стабилизировать экономическую ситуацию в стране. Курсы доллара и евро по отношению к рублю постепенно начали падать. Но цены на разные товары остаются на прежнем уровне. Сокращаются размеры совокупных банковских депозитов, так как зарплаты остались на прежнем уровне, а расходы на 10-15% увеличились. Так же наблюдается тенденция возврата кредитов.

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

М. А. ТАРАСОВА

Ивановский государственный университет

ДИНАМИКА ТЕНЕВОГО СЕКТОРА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ ЗА 2005-2015 гг.

Теневая экономика — экономическая деятельность, скрываемая от общества и государства, находящаяся вне государственного контроля и учёта. Является ненаблюдаемой, неформальной частью экономики, но не охватывает её всю, так как в неё не могут быть включены виды деятельности, не скрываемые специально от общества и государства, например домашняя или общинная экономики. Также включает в себя нелегальные, криминальные виды экономики.

За последние десятилетие площадь влияния теневого сектора значительно расширилась, что негативно влияет на экономику России в целом. Так, в 2014 году экономически активное население России составляло 146,2 миллиона человек. Из них в «серой» зоне находились 28 миллионов человек - 19,5%. Это максимум за последние десять лет, в течение которых «Росстат» публикует мониторинг. При этом рост теневого сектора с 2004 по 2014 годы увеличился на 24,3%, а официального - лишь на 6 %.

Средняя заработная плата в России в прошлом году составила 29,9 тысяч рублей. Значит, судя по данным «Росстата», казна в 2013 году недополучила 93 миллиарда рублей подоходного налога, а Пенсионный фонд - 71 миллиард.

Гуще всего тень в сегменте торговли и ремонта: здесь занято 33% всех неформальных работников. На втором месте - сельское хозяйство с 24,4%. И почти на одном уровне находятся строительство, обработка и транспорт. Если смотреть в масштабе всей страны, то на теневой сектор приходится 70% от сферы сельского хозяйства и порядка 40% от торговли и услуг. А самые низкие показатели неформальной занятости в здравоохранение, добыче, госсекторе и финансовой деятельности.

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

Д. В. ТИХОНОВА

Ивановский государственный университет

**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД
К РАЗВИТИЮ ТЕКСТИЛЬНОГО КЛАСТЕРА
(на примере текстильной и швейной промышленности
Ивановской области)**

В экономической литературе утвердилась точка зрения о том, что основным направлением развития народного хозяйства Российской Федерации в XXI веке станет создание территориально-промышленных кластеров в основных видах производственной деятельности. В частности, в Ивановской области проводятся мероприятия по созданию текстильно-промышленного кластера.

Системным свойством текстильно-промышленного кластера, объединяющим всю совокупность указанных предприятий, является основной вид используемого сырья, так как он определяет единство используемой техники, технологии и трудовых навыков.

Инновационный подход предполагает дальнейшее развитие текстильно-промышленного кластера Ивановской области за счет организации производства полиэфирного (ПЭ) волокна и переориентации текстильной и швейной промышленности на выпуск продукции из этого сырья.

В официальных документах этот процесс обосновывается следующими положениями:

– продукция, производимая из синтетического волокна, качественно легка для процесса переработки, к тому же отвечает модным тенденциям;

– рост объема потребляемой продукции невозможно удовлетворить производством только из натуральных волокон;

– в народном хозяйстве приоритетным является производство пищевых продуктов, а так как для их производства используются те же ресурсы, что и для производства натуральных волокон, то происходит их вытеснение из производства;

– переориентация производства тканей с производства текстильных изделий для населения на производство технического текстиля.

Таким образом, производство тканей из полиэфирного волокна может стать основой для развития текстильно-промышленного кластера Ивановской области.

Научный руководитель: канд. экон. наук В. В. Солдатов

Я. Д. ФАЙРУШИНА

Ивановский государственный университет

КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА

Впервые концепция социального государства оформилась в трудах немецких ученых XIX в.: Л. фон Штейна, Ю. Оффнера, Ф. Науманна, А. Вагнера как продукт немецкой консервативной мысли. Наиболее последовательное изложение теории социального государства представлено в труде Л. фон Штейна «История социального движения Франции с 1789 г». Автор поставил перед собой цель – найти возможности устранить классовые противоречия, неизбежно возникающие в буржуазном обществе, средствами самого государства. Проведение социальных реформ Л. фон Штейн связывал с целенаправленной политикой государства, так как государство стоит выше капитала и труда. Миссия социального государства на уровне управления выражается в двух основных задачах: во-первых, способствовать свободному межклассовому движению, во-вторых, помогать тем, кто терпит лишения. Л. фон Штейн показал, как эти две задачи реализуются в конкретных управленческих функциях государства. Государство является единственным гарантом социальной справедливости и тем самым «возвышается над всеми остальными общественными институтами и интересами». Исследование Л. фон Штейна и вся последующая история показывают, что по своей природе феномен социального государства носит ярко выраженный политический характер. Новыми функциями, вытекающими из теории социального государства, становятся: ограничительная, обеспечительная, гарантирующая.

В проекте Социальной доктрины РФ, опубликованной Центром проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования, обозначены следующие предполагаемые результаты усиления степени социальной ответственности государства: возрождение и умножение духовных и культурных ценностей; кардинальное повышение роли знаний, труда и предпринимательской инициативы; существенное развитие прав и свобод граждан, институтов демократии и гражданского общества, а также их ответственности за собственное благополучие и развитие страны; устойчивое и безопасное развитие страны; формирование прогрессивной социальной структуры общества по уровню и качеству жизни; обеспечение долгой и здоровой жизни россиян.

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

А. ХАМАРШЕХ

Ивановский государственный университет

ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

В научной литературе под товарным знаком понимается зарегистрированное в установленном порядке обозначение, способное отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других. Товарный знак является собственностью фирмы, имеет свою стоимость в денежном выражении (подчас очень высокую) и может быть продан или предоставлен в пользование.

Товарный знак предназначен для решения следующих основных задач.

Во-первых, товарный знак является средством индивидуализации предприятия, а также производимых им товаров или оказываемых услуг. Выразительный, простой и легко запоминающийся товарный знак призван ассоциироваться у потребителя с конкретной фирмой, качеством предлагаемых ею товаров или оказываемых услуг.

Во-вторых, хорошо узнаваемый товарный знак позволяет определить происхождение товара и судить о его качестве. Покупатель готов заплатить более высокую цену за товар, выпускаемый под известным и зарекомендовавшим себя товарным знаком. Поэтому к товарному знаку потребитель обращается в первую очередь как к гарантии качества.

В-третьих, товарный знак незаменим, как средство рекламы. Отражая информацию о качестве товара и его производителе, товарный знак может размещаться на товаре, на упаковке и в рекламе и позволяет потребителю сразу отличать его от аналогичных товаров других производителей.

При этом, являясь центральным элементом коммерческой деятельности предприятия, товарные знаки играют важную роль во всех видах рекламы (объявление в прессе, выпуск специальных изданий, плакаты, транспаранты, световая реклама, реклама по радио и телевидению).

Все это позволяет предприятиям, имеющим товарный знак, получать дополнительные экономические преимущества.

Научный руководитель: канд. экон. наук В. В. Солдатов

А. А. ЭВЕРСТОВА

Ивановский государственный университет

ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНОГО РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

В качестве базы концепции германского социального рыночного хозяйства выступает теория ордолиберализма. Начало германскому ордолиберализму было положено экономистом Вальтером Ойкеном и юристом Францем Бёмом в начале 1930-х гг. во Фрайбурге.

Учение ордолиберализма строилось на принципах конкуренции. В качестве одной из основных задач современного либерального государства рассматривалась защита конкуренции. Считалось, что политика конкуренции должна стать справедливой для всех: должен быть принят принцип универсальной конкуренции, который противостоял бы всем попыткам частных лиц и государства в целом монополизировать рынок. А развитая система конкурентного рынка позволяет всем членам общества вести достойный образ жизни.

Экономическая политика, по мнению Ойкена, может быть представлена политикой порядка и политикой регулирования. *Политика порядка* включает создание и совершенствование реальных порядков, в условиях существования которых осуществляется деятельность экономических субъектов. Вмешательство государства в эту сферу не просто допускается, но и приветствуется, т. к. основной его функцией видится нейтрализация колебаний экономической конъюнктуры, ограничение власти монополий. *Политика регулирования* – политика воздействия на процесс хозяйственного

развития, где любое вмешательство государства в экономический процесс недопустимо, а основное значение придается правовому и социальному порядку.

Слово «порядок» при этом используется в двояком смысле. Под «экономическим порядком» понимается конкретный, позитивно заданный факт. Он представляет собой совокупность реализованных форм, в которых в каждом конкретном случае протекает повседневный экономический процесс; порядок, который соответствует существу человека и дела, в котором доминируют мера вещей и равновесие.

Если правильно то положение, согласно которому можно распределять только то, что было до этого произведено, то первый вопрос всех социальных реформаторов должен быть адресован экономическому порядку, имеющему наивысший показатель экономической эффективности.

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

Н. Л. ЮНЯКОВА, И. А. ТИЖАНИН
Ивановский государственный университет

НАЛОГОВО-БЮДЖЕТНАЯ ПОЛИТИКА

Налогово-бюджетная политика государства является одним из важнейших инструментов макроэкономического регулирования. Она влияет на уровень национального дохода и, следовательно, на уровень объема производства и занятости, а также на уровень цен; она направлена против нежелательных изменений экономической конъюнктуры, связанных как с безработицей, так и с инфляцией.

Налогово-бюджетная политика включает в себя фискальную политику, бюджетную политику и финансовые программы.

Под фискальной (налоговой) политикой государства понимается постоянное вмешательство государства в экономические процессы и явления с целью регулирования их протекания. Это совокупность мероприятий в сфере налогообложения, направленных на формирование доходной части государственного бюджета, повышение эффективности функционирования всей национальной экономики, обеспечение экономического роста, занятости населения и стабильности денежного обращения. Государство сильно своими финансами.

Бюджетная политика государства — это совокупность мероприятий в сфере организации бюджетных отношений с целью

обеспечения его денежными средствами для выполнения своих функций. Она предполагает определение целей и задач в области государственных финансов, разработку механизма мобилизации денежных средств в бюджет, выбор направлений использования бюджетных средств, управление государственными финансами, налоговой и бюджетной системой, организацию с помощью фискальных инструментов регулирования экономических и социальных процессов.

Связь между ставками налогов и налоговыми поступлениями в бюджет государства описывает кривая Лаффера. Согласно концепции американского экономиста Артура Лаффера стремление правительства пополнить казну повышением ставки налогов может привести к противоположным результатам, т. е. 100% ставка налога дает такие же поступления в бюджет, как и 0% ставка.

Полнота бюджета, как правило, прямо пропорциональна благосостоянию граждан. Бюджет, его формирование и статьи расходов являются важным разделом в экономической науке, требующим большого внимания со стороны не только занимающих высокие посты экономистов и политиков, но и рядовых граждан.

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

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

М. М. АГАБАЛЯН
Ивановский государственный университет

**НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ
МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА
2014 – 2015 гг.**

Малый бизнес играет в экономике страны огромную роль. Однако в России большинство малых предприятий не имеют в своем арсенале надежных финансово-материальных ресурсов, располагают мизерным капиталом, не имеют кадров, способных вывести малые предприятия на траекторию рыночного роста, и конкурентоспособного развития.

Проблемы малого бизнеса в России еще более усугубились в связи с экономическим кризисом, вызванным зарубежными санкциями, нестабильностью валютного курса и снижением цены на нефть.

За период с 2010 – 2013 г.г. малый бизнес развивался довольно таки активно. Так, число малых предприятий за рассматриваемый период выросло на 25,5%, численность работающих возросла на 10%, оборот малых предприятий увеличился на 30,9%, инвестиции в основной капитал на 10,5%. На них работают 25% от общей численности занятых в экономике, и приходится около 25% от общего объема оборота продукции и услуг, производимых предприятиями по стране.

Однако, ситуация, сложившаяся в российской экономике в настоящее время, поставила большое число малых предприятий на грань выживания. В таких условиях без поддержки государства малый бизнес может придти в упадок.

Поэтому государство, несмотря на финансовые трудности, не должно снижать финансирование по программам помощи малому бизнесу. Кроме того, оно должно в полной мере использовать административные, налоговые инструменты, находящиеся в его распоряжении.

Особой заботы требуют малые предприятия, производящие и продающие инновационную продукцию или продукцию, которой наша страна лишилась в результате объявленных санкций.

В целом государство должно дать больше свободы малому бизнесу, упростить процедуру регистрации малых предприятий, сократить число всевозможных проверок, упростить отчетность.

Научный руководитель: ст. преподаватель О. И. Успенская

Е. Д. БЛИНОВА

Ивановский государственный университет

МАРКЕТИНГ В ФОРМАТЕ CASH&CARRY

В настоящее время большинство среднестатистических семей посвящает свой выходной день поездке в гипермаркет, которых становится все больше. Столь высокие темпы роста в отрасли торговли и сегменте крупноформатных магазинов объясняются низким уровнем насыщенности розничного рынка России гипермаркетами, что и способствовало появлению в стране торговых центров формата Cash&Carry (от англ. «быстро бери и быстро уходи»).

Формат ведения торговли Cash&Carry является основной концепцией бизнеса, стратегическая цель которого – доступный выбор и эффективный сервис. Целевым сегментом данных оптовых и мелкооптовых компаний являются профессиональные клиенты, поэтому в коммуникационной политике целесообразно устанавливать акцент на личных коммуникациях (direct marketing): персональное обслуживание, предоставление особых условий, предварительный заказ для постоянных клиентов.

В позиционировании фирмы формата Cash&Carry следует использовать бизнес модель типа B2B (business-to-business, т.е. бизнес для бизнеса), в данном случае маркетинговая деятельность компании будет ориентирована на получение выгоды от продажи товара другим компаниям. Цель B2B-маркетинга – обеспечение коммерческих выгод компании за счет поставок товаров, оказания услуг производственным фирмам, за счет обеспечения их сопроводительными услугами, дополнительным оборудованием, поставками расходных материалов. Отличие в позиционировании товара состоит в том, что компания должна представлять себя, как помощника для малого бизнеса и ИП и стараться всячески содействовать их развитию.

Основываясь на результатах исследования маркетинговой стратегии METRO Cash&Carry, стоит отметить, что данная компания

достаточно успешно функционирует в России: количество торговых центров с 2001 года увеличилось до 83, рост продаж за период 2011-2013 гг. составил 22%, а чистая прибыль за 2013 год выросла на 43% относительно 2011 года и составила 13,959 млн. руб. Из этого следует, что компания успешно реализует свои стратегические цели с помощью современных методов маркетинговой политики в формате Cash&Carry.

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

К. А. ГЕРАСИМОВА

Детский бизнес-инкубатор ЦДТТ «Новация»

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА РОССИИ В ПЕРИОД КРИЗИСА

За последние 10 лет малое предпринимательство стало важнейшим сектором экономики во многих странах. По данным главы МЭРТ России доля малого бизнеса в ВВП развитых стран составляет около 50%, в Китае более 60%, в России еще не превышает 17%. Мелким предприятиям характерна гибкость, простота и дешевизна управления, а также способность содействовать научно-техническому прогрессу. Они играют важную антимонопольную, экономическую и социальную роль этого сектора экономики.

Но, не смотря на это, малый бизнес зависим от внешней среды и неустойчиво реагирует на финансовые потрясения, недостаток ресурсов или сложности со сбытом продукции.

Для малого бизнеса проблематично получить доступ к финансовым ресурсам, в особенности в условиях кризиса. В связи с этим нарушены связи между производителями товаров и торговыми организациями. Чувствуется нехватка оборотных средств, в первую очередь у торговых предприятий, обеспеченность ими снижается в разы. Из-за этого магазинам приходится торговать тем, что производители представляют с отсрочкой платежа до реализации. Недосток финансов – одна из важнейших проблем малых предприятий в условиях кризиса. При этом банковскими кредитами реально могут воспользоваться лишь 10-15% малых предприятий. Это происходит из-за того, что кредиторы предъявляют завышенные требования к предприятиям. Более того, банкам не выгодно выдавать небольшие кредиты, которые требуются малым предприятиям. Расходы на изучение деятельности крупного заемщика и малого предприятия почти одинаковы, а доход банка будет существенно различаться.

Нужно признать, что по мере углубления мирового финансового кризиса часто заходит разговор о необходимости оказания финансовой поддержки для малых и средних предприятий. Учитывая опыт промышленно развитых государств, можно заметить, что они помогают именно этой категории бизнеса в решении проблемы доступа к источникам финансирования, используя при этом различные подходы (субсидии, займы, кредиты, налоговые льготы и т.п.).

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

Е. Л. ГРИГОРЬЕВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМА ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Первостепенная социально-экономическая задача государства – повышение уровня жизни населения. Достижение этой задачи в значительной степени связано с решением жилищного вопроса, учитывая, что подавляющая часть российского населения нуждается в улучшении жилищных условий. Помимо этого, высок удельный вес семей, не имеющих собственного жилья, а главное – перспектив его приобретения. Решение данной проблемы тормозит целый ряд факторов – низкий уровень доходов населения, недостаточные темпы роста жилищного строительства, быстрый рост цен на жилье и другие.

На данный момент в Ивановской области в сфере жилья существует несколько острых проблем, среди которых наиболее важной является низкая доступность жилья из-за высоких цен на квадратный метр жилья и недостаточных для приобретения жилья доходов на душу населения.

Анализ рынка жилой недвижимости в Ивановской области показал, что средняя цена 1 кв. м. общей площади квартир на первичном и вторичном рынках жилья ежегодно возрастает. На конец 2014 года стоимость квадратного метра в новостройках составила порядка 38 тысяч рублей, на вторичном же рынке квадратный метр жилья в этом же периоде стоил значительно дороже – 44 тыс. рублей.

В этой ситуации, несмотря на стабильный рост доходов населения, покупка жилья все же остается недоступной для значительной части населения. Одним из способов решения данной проблемы является ипотечное жилищное кредитование. По оценкам специалистов, более 50% сделок в минувшем году совершались с использованием заемных средств. Однако и здесь существуют свои

проблемы, среди которых – высокие процентные ставки, приводящие к значительной переплате за приобретаемую квартиру.

Таким образом, для повышения уровня доступности жилья недостаточно только увеличить платежеспособный спрос населения на недвижимость. Необходимо комплексное воздействие на все факторы, определяющие доступность жилья. В этих условиях ключевое значение имеет формирование адекватной государственной жилищной политики.

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

В. П. ЖУРАВЕЛЬ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ РФ

Будущее у российской пенсионной системы нерадужное. Число пенсионеров продолжит расти, а количество работающих — сокращаться. Запад, у которого те же проблемы, перспектива "пенсионного Армагеддона" заставляет посматривать в сторону Китая, где о престарелых родителях заботятся их дети, а не государство.

Чтобы не остаться только под «теплым крылом» государства в будущем, эту проблему можно решить сейчас, начав вести сотрудничество с негосударственным пенсионным фондом.

Работа негосударственного пенсионного фонда в соответствии с российским законодательством аналогична работе пенсионного фонда РФ. Негосударственный пенсионный фонд так же, как ПФР аккумулирует средства пенсионных накоплений, организует их инвестирование, учёт, назначение и выплату накопительной части трудовой пенсии.

Ханты-Мансийский НПФ предоставляет продукт, позволяющий получать достойную пенсию в старости. Можно привести пример: при заключении договора в 35 лет и отчисления 6% от заработной платы в 40 тысяч рублей, пенсия составит 28914 рублей в месяц. Расчеты произведены на основе «калькулятора пенсии».

В качестве существенного преимущества негосударственных пенсионных фондов перед Пенсионным Фондом России необходимо выделить следующее: инвестированием пенсионных накоплений, в случае, если деньги остаются в Пенсионном Фонде России, будет заниматься государственная управляющая компания. Она выбирает очень консервативную политику инвестирования, вкладывая пенсионные накопления исключительно в государственные

обязательства, процентные ставки по которым примерно вдвое ниже настоящего уровня инфляции. Поэтому имеет смысл говорить о том, что при подобном способе инвестирования накопительной части своей пенсии, ее реальная стоимость может со временем существенно снизиться. Частные управляющие компании, посредством которых негосударственные пенсионные фонды инвестируют пенсионные накопления, вкладывают деньги клиентов в более широкий спектр финансовых инструментов. Помимо государственных ценных бумаг Ваши накопления будут инвестироваться в корпоративные акции, облигации, надежные валютные инструменты и т.д.

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

О. В. ЗАБАЛУЕВА

Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ С ПОЗИЦИЙ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА

Управление процессами формирования и эффективного распределения прибыли является основой успешного развития любой организации как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде. Под этим следует понимать единую систему управленческих решений по всем основным аспектам её формирования, распределения и использования на предприятии. Данный процесс базируется на определенном механизме, который включает следующие элементы:

- государственное правовое и нормативное регулирование вопросов формирования и распределения прибыли предприятия;
- рыночный механизм регулирования формирования и использования прибыли предприятия посредством уровня цен на продукцию, стоимости привлечения кредитов, доходности ценных бумаг, средней нормы доходности капитала;
- внутренний механизм регулирования формирования, распределения и использования прибыли предприятия, учитывающий специфику ситуации в рамках отдельного хозяйствующего субъекта;
- система конкретных методов и приемов формирования и использования прибыли.

Управленческие решения, вырабатываемые в рамках обозначенного механизма, нацелены на решение следующих задач:

- обеспечение максимизации размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре;

- обеспечение оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска или исходя из заданного уровня риска;
- обеспечение высокого качества формируемой прибыли;
- обеспечение необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия;
- обеспечение постоянного возрастания рыночной стоимости предприятия;
- обеспечение эффективности программ участия персонала в прибыли.

Создание эффективного механизма управления прибылью способствует росту конкурентоспособности предприятия.

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

А. М. ЗАХАРОВ

Детский бизнес-инкубатор ЦДТТ «Новация»

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Главной проблемой современного маркетинга является неэффективность различных концепций. Теория маркетинга отстает от реальной действительности. Несмотря на то, что с каждым разом теория маркетинга разрабатывает новые комплексы маркетинга с увеличивающимся количеством «Р», практика показывает, что этих методик явно недостаточно для построения бизнеса. Исследователи отмечают, что схемы маркетинга-микса, а также концепции продвижения, не всегда оправдывают себя для реального продвижения товара.

В нашей стране ситуация также не является стабильной. Такой вывод был сделан по причине того, что уже более десяти лет экономика нашей страны находится в состоянии реформирования. В данный период времени в России преобладает рыночный принцип ведения экономической деятельности. Несмотря на это, хочется отметить то, что российские компании, которые ведут свой бизнес, не следуя рыночным законам, как правило, терпят «крушение». С другой стороны стоит сказать о том, что и компаний, работающих согласно с самыми современными концепциями маркетинг-микса, достаточно много. Ярким примером компаний с эффективной концепцией продвижения, можно назвать автомобильную промышленность. Также современная маркетинговая практика активно начинает внедряться на предприятиях, направленных на b2b-рынок. Кроме того, стоит

отметить, что многие российские предприятия недооценивают всю значимость маркетинга. Зачастую компании отводят маркетингу второстепенную роль.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что большая часть компаний, создавая отделы маркетинга, зачастую не вкладывают в них истинных функций и не наделяют сотрудников необходимыми полномочиями. Хотя руководители, постоянно отслеживающие тенденции рынка и модернизирующие свой подход к деятельности, уже сделали вывод о том, что выбор концепции бизнеса, правил его ведения и конкурентной борьбы на рынке есть не что иное, как маркетинг.

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

А. Е. КИРЬЯНОВ

Ивановский государственный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ БИЗНЕС-РАЗВЕДКИ В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Конец 2014 года ознаменовался кризисом. Реальным, ожидаемым, «официальным». Многие компании затаились в ожидании введения крайних мер, многие закрылись. Лишь немногие фирмы восприняли кризис как возможность. Возможность лучше понять себя и своих клиентов. Возможность выбрать наиболее оптимальный способ ведения бизнеса и расходования бюджета. Вероятно, большинство из предприятий придет к оптимизации и бюджета маркетинга в целом и программ продвижения в частности. Одно видится ясно – в режиме ограниченности ресурсов предпочтение будет отдаваться наиболее эффективным методам продвижения и позиционирования.

Активное использование инструментов бизнес-разведки позволит предприятию с минимальными затратами получить информацию для принятия решения с высокой степенью достоверности.

В современных реалиях тезис «зачем проводить дорогостоящие маркетинговые исследования, если можно посмотреть, как и что делает конкурент» становится актуальным особенно для малого и среднего бизнеса. Конечно, слепое копирование не приведет к успеху, но грамотное использование полученных с помощью бизнес-разведки данных способно приблизить к нему.

Если говорить о других аспектах бизнес-процесса, то интересны направления использования бизнес-разведки и в поиске рынков сбыта, и в определении эффективных поставщиков.

С древнегреческого слово «кризис» переводится как решение, поворотный пункт. Поэтому мы склонны ожидать появления интересных бизнес-решений и новых инструментов бизнес-разведки.

М. Г. ОБОЛАДЗЕ

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ (на примере Ивановской области)

Строительство играет особую роль в экономике, обеспечивая расширенное воспроизводство основных фондов. В настоящее время доля вида экономической деятельности «Строительство» в ВВП РФ составляет 6,5%, что соответствует уровню развитых стран.

К особенностям данного ВЭД можно отнести: повсеместность развития, территориальная закреплённость продукции строительства, длительный производственный цикл, капиталоемкость производства строительных работ, высокая добавленная стоимость. Это предопределяет необходимость выработки регионально дифференцированной политики в области строительства, базирующейся на обоснованных прогнозах о масштабе, структуре и актуальности задач территориального развития. Формирование таких представлений невозможно без привлечения аппарата статистического анализа и моделирования.

В Ивановской области в течение ряда лет наблюдается стабильный рост жилищного строительства, однако набранные темпы пока не заняты более высокие рейтинговые позиции в ЦФО по вводу жилья на душу населения. Хотя в целом динамика масштабов строительства положительная. Так по итогам 2014 года на территории области введено в эксплуатацию на 8,4% больше жилья, чем в 2013 году. При этом наблюдается неравномерное развитие строительства жилья по городским округам и муниципальным районам Ивановской области. Среди лидеров по вводу жилья по итогам 2014 года - Иваново, Кохма, Вичуга, Ивановский, Лежневский, Приволжский, Фурмановский, Гаврилово-Посадский и Родниковский районы. Самым распространенным способом приобретения жилья остается долевое участие в строительстве.

На этом фоне негативной оценки в развитии строительной отрасли заслуживает крайне ограниченные масштабы промышленного строительства в целях обновления производственной базы и воспроизводства промышленного потенциала области. Усилия регионального правительства направлены в первую очередь на реализацию целевой программы «Жилье для российской семьи» при недостаточном внимании к вопросам стимулирования строительства в сфере промышленного производства.

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

А. А. ПЛАТОНОВ

Детский бизнес-инкубатор ЦДТТ «Новация»

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

На сегодняшний день мир стремительными шагами идет вперед в области науки. Внедрение инноваций в экономику ускоряет ее рост в среднесрочной и долгосрочной перспективе, создает основу для организации новых отраслей в экономике, стимулирует повышение конкурентоспособности страны.

Сегодня мы постоянно наблюдаем за тем, как на мировой арене появляются сотни новых услуг, открывается тысяча фирм, которые производят новые товары. На сегодняшний день, в России очень заметно отстают такие отрасли бизнеса, как сфера оказания услуг населению, рекламные услуги, производство. Это связано с тем, что у предпринимателей еще присутствует страх перед внедрением на рынок инновационной продукции, поскольку на данный момент проще занять уже существующую рыночную нишу. Страх перед внедрением инноваций в бизнес объясняется следующими проблемами, имеющими место в современной экономике:

1. Административные проблемы: проблемы предоставления льгот малому бизнесу, коррупционная составляющая, неразвитость нормативно-правовой сферы.

2. Проблемы, связанные с работой таких объединений инновационной инфраструктуры, как инновационный центр, бизнес-инкубатор, технопарк, наукоград, технополис и т.д.

3. Изношенность основных предприятий в России, процент которой колеблется по разным отраслям и регионам и достигает 80%. Данное положение оказывает отрицательное влияние на внедрение инноваций в производство, поскольку из-за изношенности фондов,

предприятие сталкивается со сложностями, связанными с внедрением новых технологий.

Перечисленные проблемы являются наиболее важными препятствиями, затрудняющими внедрение инноваций в экономику нашей страны, но их перечень не является полным. Хотелось бы отметить, что попытки решения некоторых из данных проблем уже предпринимаются.

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

С. В. СМИРНОВ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Видные ученые, экономисты «кричат» об изношенности объектов основных средств, о непрофессионализме кадров, и это проблема для развития экономики России является одной из главных. Обратим внимание на долю малых предприятий, занимающиеся торговлей, и население, занятое в данной сфере, оно равно от 41 до 44. Из этого следует – экономическая направленность России это примитивные торговые отношения, при которых выполняется следующая последовательность действий: купил – перепродал, а не полный цикл производства. Данная модель экономики, назовем ее «перепродажной», является путем деградирующим, и ведет экономику назад к первобытнообщинному строю. Граждан страны (собственников компаний) не интересует дальнейшая судьба бизнеса, в силу отсутствия каких бы то ни было гарантий в стабильности намеченного курса, результате чего, предпринимателям легче и эффективнее заниматься торговлей, нежели создавать новые производственные, трудоемкие, энергозатратные, инновационные предприятия.

В большинстве развитых стран малому бизнесу уделяют особую роль и внимание в экономике страны, но только не в России. Возникает такое ощущение, что все меры направленные на упрощение ведения бухгалтерского учета, системы налогообложения для малого бизнеса, регистрации фирмы, уменьшение коррупционной составляющей, созданы не для стимулирования развития малого бизнеса, а для большей путаницы представителям малого бизнеса и всего населения страны.

Для развития малого бизнеса в России необходимо разработать ряд мер, направленных, не только, на упрощение создания

предприятия, стимулирующую часть данной проблемы, но также и на меры карательного характера. Предпринимателю должны быть созданы комфортные условия для работы в стране, недопустимо устрашение, запугивание предпринимателя административным ресурсом со стороны сотрудников контролирующих органов, но также представитель бизнеса должен знать, при нарушении закона, наказание неизбежно. Только тогда малый бизнес, а вместе с ним и экономика страны, будет успешно развиваться, когда все эти три компонента будут выполнены. Экономика – это живой организм, если один орган откажет, нарушится нормальная работа всего организма. Необходимо мобилизовать и направить все усилия на «реконструкцию» малого бизнеса.

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

Е. Н. СМЕРНОВА

Ивановский государственный университет

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Сегодня, в условиях ограниченности ресурсов в России, особо остро встает вопрос применения такой формы организации труда, которая позволит обеспечить накопление и эффективное использование ресурсов территории. Многие специалисты отмечают особую актуальность и целесообразность кластерного подхода.

Кластер — это совокупность географически соседствующих взаимосвязанных предприятий (поставщики и производители) и связанных с ними организаций (социальные учреждения, органы государственной власти), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга. Эффективность кластерного подхода заключается в удачном симбиозе кооперации с одной стороны, и конкуренции с другой. В результате деятельности кластера становится возможным обмен различной информацией, специалистами и технологиями, перераспределение и концентрация финансовых ресурсов в необходимых секторах, что обуславливает эффект синергии кластерного развития. Важным фактором успеха выступает сотрудничество власти и бизнеса, которое позволяет своевременно выявлять и решать существующие проблемы функционирования. Концентрация предприятий создает эффект масштаба, обеспечивающий снижение затрат.

Серьезную поддержку получают малые и средние предприятия, из которых преимущественно и формируется кластер. Для них существенно снижаются барьеры выхода на рынки сырья и сбыта, а имидж кластера в целом переносится в сознании людей и на отдельные его составляющие.

На рынке туристских услуг Ивановской области активно развивается туристско-рекреационный кластер «Плес», с 2011 года этот проект включен в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Запланированное привлечение инвестиций и их освоение, модернизация старой и строительство новой инфраструктуры, постоянно увеличивающийся турпоток свидетельствуют об эффективности проекта. В 2014 году в федеральную целевую программу были включены еще три проекта – туристско-рекреационный кластер «Палех», агротуристский кластер «Гаврилов Посад», туристский кластер «Кинешемская сторона».

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

А. А. ТОКУНОВ

Ивановский государственный университет

ПРОМЫШЛЕННЫЙ КЛАСТЕР: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ

Каждое предприятие сегодня сталкивается с проблемой обеспечения своей конкурентоспособности на рынке. Разрешением подобного затруднения должно стать создание соответствующих кластеров. Однако на практике далеко не каждый из них оправдывает свое существование.

В настоящее время российская экономика такова, что не позволяет в полной мере реализовать все преимущества от организации промышленных кластеров. Реализуемые на данный момент 25 кластерных инициатив могут показать фактический результат, заметно отклоняющийся в худшую сторону от своего проектного значения. Для минимизации подобного риска следует добиваться повышения эффективности проводимой кластерной политики. На основе анализа практик формирования кластеров нами выявлены следующие проблемы:

1. Создание кластеров в отрыве от региональной специфики. Необходимо обращать внимание на наличие у региона опыта освоения кластеров, финансовое благополучие субъекта и иные региональные характеристики.

2. Неиспользование принципа конкурентного сотрудничества участников, отсутствие информационной открытости в пределах кластера, чрезмерная противоречивость интересов вовлеченных предприятий.

3. Недостаточный уровень доверия между экономическими субъектами и властью, что находит отражение в уклонении от уплаты налогов.

4. Слабость позиций малого предпринимательства, без которого инфраструктура кластера оказывается неполноценной. Им необходима финансово-кредитная поддержка.

5. Консервативное отношение крупных производителей к создаваемым объединениям.

Работа по данным направлениям позволит стать на шаг ближе к первоначальному утверждению о том, что промышленный кластер сегодня становится ключевым рычагом, содействующим повышению конкурентоспособности экономики страны и ее экономическому росту.

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

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

А. Д. АКСЕНОВ

Детский бизнес-инкубатор ЦДТТ «Новация»

**ПРОБЛЕМЫ РАБОТЫ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

Когда экономика страны вступает в период экономического кризиса, очень важно грамотно выбирать и использовать инструменты управления предприятием, чтобы продолжать эффективную работу на рынке и не потерять клиентов и позиции, занимаемые в рыночной нише. Так как современные торговые компании, работающие на рынке более 10 лет, переживают уже второй экономический кризис, накопившиеся у них опыт и знания, позволили сформулировать действия, позволяющие минимизировать последствия всеобщего экономического спада на работу компании:

1. Координация взаимных интересов с деловыми партнерами. Одним из важных направлений преодоления кризисной ситуации является развитие длительных взаимовыгодных отношений с существующими партнерами (потребителями, поставщиками, оптовыми и розничными торговцами, другими заинтересованными организациями).

2. Соблюдать последовательность этапов выработки мер по выводу организации из кризисной ситуации.

3. Анализ положения организации, степени угрозы кризиса и возможных его последствий. Необходимо осуществить раннюю диагностику возможностей возникновения кризисных явлений в деятельности предприятия, определить направления и силы их проявления.

4. Критическая переоценка рыночного спроса и своих потребителей. Необходимо проведение ограниченного маркетингового исследования. Основная его цель – определение потенциального рыночного спроса, оценка ситуации в области объемов продаж.

5. Переоценка позиции в конкурентной борьбе. Следует определить привлекательность отрасли и только с учетом таких оценок, позволяющих установить, имеет ли данная отрасль, данное

предприятие хорошие перспективы своего развития, уже рассматривать конкретные пути повышения конкурентоспособности в самой отрасли. Ведь анализ может показать, что данный бизнес в условиях кризиса не имеет хороших перспектив.

Также хотелось бы отметить, что при грамотном управлении торговой компанией, руководителям кризис стоит рассматривать не только как опасность и угрозу, но и как возможность.

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

А. Н. АМИРХАНИЯ

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Главная задача предприятия в условиях рынка – организовать свою деятельность в целях удовлетворения интересов конечных потребителей и получения наибольшей прибыли. Необходимым условием является полное и своевременное обеспечение предприятия запасами необходимого ассортимента и качества.

Наличие запасов – это расходы, но отсутствие запасов – это тоже расходы, только выраженные в форме разнообразных потерь.

Существуют различные системы управления запасами предприятия, которые целесообразны в определенных условиях. Исходя из анализа системы управления запасами на конкретном предприятии, можно оценить эффективность ее использования.

Система управления запасами на исследуемом предприятии ИП «Столица текстиля» аналогична системе с фиксированным размером заказа. Обращаясь к анализу запасов данного предприятия, можно сказать, что система управления запасами не эффективна, что может в дальнейшем привести к отрицательным последствиям, следует выбрать другую политику управления запасами.

Лучше всего для данного предприятия могла бы подойти такая система управления запасами как система «минимум-максимум», ориентированная на ситуацию, когда затраты на учет запасов и издержки на оформление заказа настолько значительны, что становятся соизмеримы с потерями от дефицита запасов. Поэтому в данной системе заказы производятся при условии, что запасы на складе в этот момент оказались равными или меньше установленного минимального уровня. А при выдаче заказа его размер рассчитывается

так, чтобы поставка пополнила запасы до максимального желательного уровня.

При внедрении новой системы можно добиться значительной экономии средств, что немаловажно в современных условиях кризиса. Эта модель довольно устойчива к увеличению спроса, задержке поставки, неполной поставке и занижению размера заказа.

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

Н. В. БИРЮЧЕНКОВА

Ивановский государственный университет

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В РОССИИ

Финансовый кризис, начавшийся в 2014 году, повлек за собой неблагоприятные последствия, которые оказали влияние на банковскую сферу. После резкого ослабления рубля и поднятия ключевой ставки с 10,5% до 17% наблюдаются новые тенденции развития банков России в 2015 году.

Главной тенденцией является то, что многие игроки банковского рынка стали менять бизнес-стратегию, которая предполагала примерно одинаковое развитие банковских услуг, на специализацию в целевых нишах. В основном изменение стратегии актуально для некрупных частных банков, развитие которых наряду с крупнейшими российскими банками не представляется возможным. При нахождении своего сегмента рынка, открывается возможность стать локальным лидером, благодаря этому частные российские банки заметно укрепили свои позиции.

Немаловажная тенденция 2015 года – это ужесточение банками условий выдачи потребительских кредитов и повышение требования к заемщикам, т.к. ожидается сохранение негативных тенденций в нефинансовом секторе экономики. Основными направлениями ужесточения является повышение процентных ставок и более высокие требования к финансовому положению заемщиков.

Ярко выражена тенденция постепенного насыщения банковского рынка России. Из-за высокого уровня конкуренции банки вынуждены расширять список услуг, переходя на удаленное обслуживание и гибкость для клиента. Так же для укрепления позиций на рынке банки сливаются в финансовые корпорации.

В 2015 году банковский сектор ожидает глобальная «перестройка».

Развитие банков подвергается множеству угроз, поэтому необходимо правильно и своевременно адаптироваться к сложившейся ситуации в стране. На сегодняшний день банковская система России нуждается в модернизации и интеграции с другими секторами экономики.

В условиях кризиса слабые банки не способны продолжать свою деятельность — закрыты уже больше десятка банков. Однако, несмотря на кризис, банковская система работает, и сильные банки только укрепляют свои позиции.

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

Д. С. ГОЛОВКИН

Ивановский государственный университет

АКТУАЛЬНОСТЬ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

Экономический потенциал предприятия представляет собой способность предприятия обеспечивать свое долговременное функционирование и достижение стратегических целей на основе использования системы наличных ресурсов с учетом возможностей, открытых перед предприятием, и компетенций его потенциала в целях удовлетворения спроса потребителя в товарах и услугах в том объеме, который определяется его индивидуальными потребностями.

Вопросы оценки эффективности деятельности предприятия никогда не теряли своей актуальности, еще острее они звучат в условиях усиливающейся конкурентной борьбы. Эффективное функционирование промышленного предприятия складывается из множества факторов, но ключевыми были и остаются ресурсы и возможности предприятия, а также компетенции персонала. Знание уровня экономического потенциала позволяет определить скрытые возможности и резервы, спрогнозировать максимально возможный рост.

Применение категории экономического потенциала в анализе, во-первых, позволяет сформировать комплексную оценку текущего и перспективного состояния предприятия, которое оценивается с более разносторонних позиций, чем при традиционном финансовом анализе. Во-вторых, позволяет корректно сопоставить между собой предприятия из различных отраслей. В-третьих, дает возможность принимать своевременные и экономически целесообразные решения в управлении предприятием. В-четвертых, определение экономического

потенциала предприятий, находящихся на какой-либо территории, позволяет сделать вывод об экономическом потенциале всей территории с использованием той же методики и соответственно сопоставлять между собой различные районы и регионы.

Однако применение категории потенциала в экономике осложняется рядом факторов. К ним можно отнести противоречия и расхождения в трактовке самой категории экономического потенциала, отсутствие единой методики количественной оценки, необходимость сбора и обработки большого количества информации.

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

Д. М. ГУСЕВ

Детский бизнес-инкубатор ЦДТТ «Новация»

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В РОССИИ

Игровая индустрия – весьма необычная сфера бизнеса. Как определить стоимость компьютерной игры? Если производя продукт, мы можем рассчитать его издержки и в соответствии с ними назначить цену товару, то с созданием игры дело обстоит немного иначе. Основные издержки лежат в начале создания бизнеса (на покупку оборудования, на приобретение лицензий и пр.), и стоимость игры от них напрямую не зависит. На одном и том же оборудовании разработчики с разным уровнем профессионализма создадут совершенно разные игры.

В настоящее время игровая индустрия в России развита недостаточно. В то время как игры от наших братских народов (белорусов, украинцев) запоминаются и приравниваются к мировым шедеврам, то лишь немногие игры отечественного производства смогли пробиться на зарубежный рынок. В чем причины этого?

Можно выделить две главные причины: финансовые и профессиональные.

Крупные компании, выделяют бюджет лишь на простые игры, которые пользуются большим спросом в сети. Маленькие компании и простые группы разработчиков, которые хотят охватить большой проект, не всегда находят необходимый бюджет.

Как известно, игростроение очень молодо в России и большинство компаний создано недавно (2005-2010). В связи с этим возникают сложности не только с созданием сложного продукта, из-за нехватки опыта разработчики не всегда правильно угадывают тенденции рынка, спрос на игры у потребителей.

Подводя итоги, хочется сказать, что надеемся на то, что вскоре эти проблемы будут решены и вскоре игровой рынок наполнится качественными интересными играми российского производства.

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

И. В. ДАВЫДОВА

Ивановский государственный университет

СОСТОЯНИЕ РЫНКА БРЕНДОВОЙ ОДЕЖДЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В г. ИВАНОВЕ

В 1990-е годы рынок одежды брендовых марок был представлен только отечественными производителями. В настоящее время ведущими представителями рынка выступают зарубежные компании, которые довольно таки активно расширяют свое присутствие на российском рынке.

Отечественные производители занимают около 18,5% рынка. Это такие марки как «Твое», Sela, MODIS. Одной из причин низкой популярности российской одежды является то, что компании нашей страны пока недостаточно внимания уделяют ассортименту и не умеют развивать несколько направлений одежды сразу, т.е. имеют некоторую ограниченность. Российские марки одежды преуспевают в основном в средней и низкой ценовых категориях.

Зарубежным производителям брендовой одежды принадлежит около 81,5% рынка. Среди основных представителей зарубежных брендов можно выделить такие, как MANGO, Promod, Zara, Benneton, INCITY, SAVAGE, Befree, oodji.

Предпринимателей города Иваново, как и предприниматели всей нашей страны, определились в пользу импорта. Причина такого выбора заключается в высоком качестве товаров, в широком ассортименте продукции, в следовании модным тенденциям, в известности и «раскрученности» марок. Количество магазинов одежды в г. Иваново остается примерно одинаковым, взамен уходящих марок приходят другие. Как сообщила аналитика DISCOVERY Group в 2011г. объем рынка одежды снизился на 5% по сравнению с предыдущим периодом и составил 38 млрд. руб. Однако в 2012 г. рынок пережил оживление, рост продаж отмечался практически во всех сегментах. При этом в течение 2012 г. продолжался уход с рынка части небольших и средних по размеру российских сетей, которые активно развивались до начала 2011 г. за счет кредитных средств. В

тоже время несколько международных компаний анонсировали свои планы возвращения на российский рынок. Если российским торговым маркам удастся постепенно теснить конкурентов, то это будет стимулом для отечественных компаний развивать собственную производственную базу.

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

А. С. ДУДОРОВ

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-УСЛУГ

В настоящее время рынок услуг доступа в Интернет в Иваново представлен более чем 20 компаниями. Но, несмотря на такое большое количество интернет-провайдеров спрос на услуги интернет не уменьшается, что создает хорошие условия для развития отрасли. Многие из этих фирм предоставляют целый набор различных вариантов доступа в интернет, а также спектр дополнительных услуг, как и компания «ТТК». На ивановском рынке в настоящее время действует около 10 очень крупных провайдерских компаний, предлагающих широкий ассортимент услуг, но они могут уступать по качеству определенных услуг средним или даже небольшим организациям, специализирующимся на отдельном виде услуг доступа.

В России, согласно отчету Ipsos-Reid, Интернет пользуется 63% населения России. При этом необходимо учесть, что число активных пользователей в России, по данным Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) составляет 34,9% от общего числа пользователей. Самым популярным местом пользования Интернет в России является работа (48%), затем следуют дом (32%), место учебы (21%) и, наконец, Интернет-кафе (12%). Рост интернет-трафика в 2013 г. превысил 180%.

В **первый** сегмент рынка сбыта услуг можно выделить организации, которым необходим Интернет для работы. Как правило, трафик им поставляется по корпоративным тарифам. Во **второй** сегмент рынка можно включить молодежь. Молодые люди используют интернет, прежде всего, в развлекательных целях (например, у многих клиентов на онлайн игры уходит основная масса трафика). В **третий** сегмент входят все деловые люди, для которых Интернет является либо средством заработка (к примеру, интернет-трейдеры), либо средством связи с потенциальными клиентами.

Рассматривая рыночные тенденции сбыта доступа в Интернет необходимо отметить, что на протяжении последних десяти лет в России и в Ивановской области произошли значительные изменения. На сегодняшний день число частных пользователей неуклонно растет, так как Интернет стал не только источником информации, но и средством общения.

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

О. И. ЗАПАРА

Ивановский государственный университет

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ

Индустрия красоты становится все более привлекательной с инвестиционной, социальной, экономической точки зрения. Владельцы салонов красоты продают, в первую очередь, атмосферу, именно поэтому для успеха важна концепция, поскольку без нее ни один проект не может быть успешным. Стремясь снизить риски, клиенты анализируют внешние признаки качества услуг, а именно: дизайн, интерьер.

Важны также и деньги, так как более эффективны не одиночные салоны красоты, а целая сеть. Вложения в создание подобной сети могут составить довольно крупную сумму.

Современные потребители считают услуги, оказываемые в салонах, не излишеством, а необходимостью, продиктованной динамичным темпом жизни и усвоенными ценностями. Оптимизация и обновление ассортимента услуг рассматриваются в качестве неотъемлемого элемента для развития салона красоты.

За счет оказания парикмахерских и маникюрных услуг, салоны красоты получают регулярно основной и постоянный доход. Современные салоны становятся многопрофильными заведениями, которые предлагают огромное количество не только косметических услуг, но и услуги с применением аппаратной медицины, а также предлагают ряд терапевтических программ.

Особое влияние оказывают научно-технические факторы, которые показывают хорошие результаты и характеризуются быстро развивающимся рынком косметической продукции, в котором в России отмечается высокий темп роста, происходящего за счет увеличивающегося ассортимента товаров.

Ближайшее будущее развития рынка салонов красоты также будет определяться ростом благосостояния населения и репутацией самого салона и его специалистов. Если в салоны класса люкс можно привлечь клиентов в основном высочайшим качеством предлагаемой услуги, также эксклюзивностью бренда, то основную часть населения (средний класс) привлечет доступная цена услуг и вполне приличное качество этих услуг. По оценкам специалистов, рост числа салонов красоты ожидается еще 7-8 лет, затем в отрасли начнется укрупнение, создание мощных сетей.

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

А. Е. ЗВОНОВА, А. Н. СОТСКОВ
Ивановский государственный университет

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

В условиях негативного внешнего воздействия на бизнес растет число компаний, у которых уменьшаются объемы продаж, снижается прибыль, прекращаются платежи по долговым обязательствам. Для преодоления спада необходима разработка стратегического плана, нацеленного на восстановление платежеспособности компании.

При анализе деятельности одного из ивановских предприятий было установлено, что оно финансово несостоятельно по своим обязательствам. Однако, ожидается, что спрос на услуги компании в ближайшем будущем возрастет, в этой связи есть возможность увеличить объем производства, но для этого у компании недостаточно финансовых возможностей. В этом случае возможно объединение с другой компанией (кооперировании, слияние и т.д.). При наличии излишних мощностей, они могут быть либо «заморожены» (с надеждой на возобновление спроса в перспективе), либо уменьшены путем продажи или сдачи в аренду.

Наиболее оптимальным вариантом будет являться стратегия реструктуризации, предусматривающая комплексные и взаимосвязанные изменения всех структур – модернизацию и реконструкцию компании, преобразование технологии и организации ее производства, а также управления с целью улучшения его качества, которые обеспечат дееспособность организации в целом.

Вместе с этим, данная стратегия также включает новшества в системах информации и финансовой деятельности, в практике распределения прав и полномочий, а также изменения в

профессиональном и квалификационном составе персонала. Если стратегия реструктуризации будет правильно выполнена, то в конечном итоге улучшатся финансовые показатели компании.

Главным методом реструктуризации является передача прав собственности на основные производственные фонды эффективному собственнику, который разработает стратегические цели вывода убыточной компании из кризисного состояния.

В стратегическом плане необходимо предусмотреть возможность адаптации, в результате которой происходит корректировка управленческих решений, а также проверка их выполнения.

М. А. КАПИТОНЕНКОВ

Ивановский государственный университет

НЕПРЕРЫВНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СОТРУДНИКОВ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях функционирования предприятий значительно возросла роль человеческого фактора, что обусловлено технологическим развитием и значением информационной составляющей в организации эффективной деятельности. В то же время в условиях максимизации прибыли собственника интересует целесообразность вложений в человеческий капитал, как они отражаются на конечных экономических результатах деятельности организации, насколько сложившиеся принципы работы по развитию персонала способствуют достижению стратегических целей.

Было проведено исследование, объектом изучения которого являлось развитие персонала коммерческого банка ОАО Сбербанк г. Иваново. Для оценки конкурентоспособности ОАО «Сбербанк» среди других банковских учреждений было проведено исследование среди вкладчиков, по результатам которого был выполнен сравнительный анализ банков по ряду характеристик: надежность банка; профессионализм сотрудников; качество обслуживания и др. Результаты оценивались по бальной шкале. По результатам исследования выяснилось, что самым конкурентоспособным из финансовых учреждений города потребители считают ОАО «Сбербанк». Важным фактором конкурентоспособности ОАО «Сбербанк» является профессионализм сотрудников, что обеспечивается за счёт следующих составляющих: системы

поощрений и подотчетности, гибкости корпоративного администрирования и поддержания внутрикorporативного климата «наибольшего благоприятствования» для работы персонала, совершенствования систем рекрутинга и удержания сотрудников, целостности системы коммуникаций, HR-технологий с учетом бережного использования имеющихся человеческих ресурсов.

Для поддержания высокого уровня квалификации специалистов используется специально разработанное двухуровневое обучение. В последнее время все более активно используется обучение на рабочих местах, которое включает индивидуальное обучение непосредственно руководителем, участие в работе целевых групп, обучение в процессе делегирования дополнительных функций и др.

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

Т. Р. КАРЦЕВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ТД РАУМПРОФИ»

Существует два основных пути расчета и оценки инвестиционной привлекательности. Один из методов предполагает построение графика жизненного цикла предприятия и визуальной оценки возможностей для привлечения инвестиций. Следующий метод, используемый при анализе инвестиционной привлекательности предприятия – рейтинговая оценка. Для формирования рейтинга используется группа показателей эффективности деятельности предприятия, в т.ч. рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность оборотных средств, рентабельность собственного капитала, коэффициент износа основных средств. Кроме того, инвестиционную привлекательность можно точно и достоверно оценить, применяя в анализе различные финансовые показатели (коэффициент соотношения заемных и собственных средств, коэффициент маневренности собственных оборотных средств, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, коэффициент концентрации собственного капитала, коэффициент концентрации привлеченных средств, коэффициент долгосрочного привлечения заёмных средств, коэффициент структуры привлеченного капитала). Данные показатели отражаются в анализе инвестиционной привлекательности с учетом отклонений от нормативных значений.

Для торгового предприятия ООО «ТД РаумПрофи» была проведена оценка инвестиционной привлекательности за 2011 – 2013 гг. Было выявлено снижение величины соотношения заемных и собственных средств, в связи с этим можно отметить улучшение состояния предприятия. При этом снизилась обеспеченность компании собственными оборотными средствами. При сохранении текущей тенденции в дальнейшем может привести к ухудшению платежеспособности предприятия. Показатели концентрации собственного капитала не достигают нормативного положения, но и имеют замедление в темпах роста, данное состояние отрицательно сказывается на инвестиционной привлекательности компании. Показатели, рассчитанные для компании, указывают на ухудшение инвестиционной привлекательности фирмы.

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

И. А. КИСЕЛЕВ

Ивановский государственный университет

ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА И КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ НА АЗС «СЛАВНЕФТЬ»

Спрос на топливо имеет постоянный характер, лишь немного меняясь в объемах, что связано с сезонностью и особенностями производства фирм-покупателей. Спрос на топливо зависит от времени года. Величина спроса на топливо зимой меньше чем летом, это связано из-за того, что многие автовладельцы не пользуются своими транспортными средствами в зимнее время, а летом ездят все. Однако разница между величиной спроса летом и зимой немного колеблется за счёт гораздо большего расхода топлива в зимнее время года (увеличивается расход на прогрев машины). Для нашей организации фактор сезонности заключается ещё и в том, что в тёплое время года значительно увеличиваются объёмы продаж бензина АИ-92. Соответственно, в холодное время года, наблюдается снижение спроса.

Стабильность спроса на топливо для автотранспорта связана с отсутствием товаров – заменителей и ограниченностью альтернатив. Но возможно их появление в будущем, идут разработки нового экологически чистого топлива, но для его использования нужны другие двигатели, а значит другие машины.

Основными факторами, влияющими на покупателя при выборе АЗС, являются: место расположения; цена на продукцию; качество продукции; уровень сервиса; имидж фирмы; наличие скидок.

За счет всех выше перечисленных инструментов АЗС «Славнефть» имеет довольно высокий рейтинг среди своих конкурентов, фирма зарекомендовала себя, как качественной продукцией, так и приемлемыми ценами. Данная компания не стремится к созданию более нового товара, а направляет усилия на улучшение уже существующего.

На данный момент для компании АЗС «Славнефть» важно направить средства в коммуникативную политику, а преимущественно в рекламу в интернете и в размещение рекламных щитов на дорогах. Также покупатель продукции на автозаправочной станции сам становится носителем информации о ней, что также является важным элементом коммуникативной политики АЗС «Славнефть» и стимулирования спроса.

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

Ю. В. КОТЛЯРОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ФИТНЕС-УСЛУГ РОССИИ

В современном мире постоянно повышается роль здорового образа жизни, и как следствие, ежегодно в России открывается множество новых фитнес-клубов. Однако с ростом рынка усилилась и ожесточилась конкуренция между его участниками.

По данным исследовательского агентства Magram Market Research, годовой оборот фитнес-бизнеса в России на 2014 г. составляет всего \$50-60 млн., в то время как в США это цифра год назад равнялась \$11,6 млрд.. Это можно объяснить тем, что в развитых странах стремление к здоровому образу жизни подкреплено достаточно высокой покупательной способностью населения. В России же спрос на здоровый образ жизни и фитнес-услуги ограничен малым бюджетом и низкой готовностью заниматься спортом.

Основными игроками российского рынка фитнес-услуг считаются: Russian Fitness Group (сети World Class, «ФизКульт»), «Планета Фитнес» и « Strata Partners ». «Империя Фитнеса» является лидером в демократичном ценовом сегменте рынка, а Gold's Gym является гигантом мировой фитнес-индустрии. На российском рынке

лидирующие позиции занимает сеть фитнес-клубов World Class, основным конкурентом которой является сеть «Планета Фитнес». Качество услуг, предоставляемых данными компаниями, находится на примерно одинаковом уровне. В сети фитнес-клубов World Class работает высококвалифицированный персонал, в том числе чемпионы мира и Европы, данная сеть имеет более разнообразный спектр услуг, чем у других клубов. В то время как World Class занимает значительную долю рынка фитнес-услуг с потребителями с доходом выше среднего, цены на услуги в компании «Планета фитнес» ниже, и ориентированы не только на покупателей с высоким уровнем дохода, но и на средний класс.

Благодаря высокому качеству предоставляемых услуг сеть фитнес-клубов World Class занимает лидирующее положение на российском рынке фитнес-услуг. Но не смотря на столь высокую популярность данной сети, из-за высокой стоимости своих услуг данная компания может терпеть давление со стороны конкурентов, следует поддерживать, усиливать борьбу за каналы сбыта, при этом учитывая факторы внешней среды, такие как государственная политика в области спорта, политическая обстановка, уровень инфляции и др.

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

А.С. КОТОВА

Ивановский государственный университет

БЛАГОПРИЯТНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПАРФЮМЕРИИ И КОСМЕТИКИ

Российский рынок парфюмерии является одним из крупнейших потребительских рынков в Европе и продолжает динамично развиваться.

Доля конкурентов в среднесрочной перспективе будет увеличиваться, т.к. данный рынок является довольно привлекательным. Развитию рынка парфюмерной продукции поспособствует рост платёжеспособности населения и развитие инфраструктуры.

В последние годы имеет место значительное расширение ассортимента, предлагаемого данным рынком. Наблюдаются идеи создания новых линий косметики, а также используются интересные коммуникации для привлечения потребителя.

Интересная тенденция наблюдается у россиян, которые в сравнении с западными потребителями тратят большую часть своих доходов на декоративную косметику, а также парфюмерию. Вследствие этого, произойдет превращение люксовых марок в продукт массового потребления. Как следствие, это приведет к увеличению потребления товаров не первой необходимости, к которым относится косметика.

Ожидается, что уровень потребления в России будет сближаться с европейским. Повышение уровня жизни в ближайшие 3–5 лет приведет к увеличению доли парфюмерно-косметических средств в потребительской корзине, и эта тенденция выйдет за пределы крупных городов и будет заметна и в регионах.

Кроме того, важным для роста рынка является развитие дистрибьюторских региональных сетей. В России формируется современные форматы торговли, что свидетельствует о приближении отечественного рынка к мировым стандартам.

На сегодняшний день рынок парфюмерии и косметики достаточно велик и его развитие эксперты оценивают как очень перспективное.

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

К. Н. КУРНАЕВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ ОТРАСЛИ СОТОВОЙ СВЯЗИ

В современном мире услуги сотовой связи прочно входят в жилищно-коммунальный комплекс сервисов, приобретаемых почти каждым человеком на земле.

Скорость проникновения услуг по всему миру растет более стремительными темпами, чем население планеты. Можно смело утверждать, что услуги сотовой связи стали одними из наиболее распространенных и технологически доступных в мире. При этом в каждой стране рынок сотовой связи развивается с учетом собственной специфики.

На данный момент объемы предоставления платных услуг населению растут, но за последние года снижающимися темпами (2009-2011 год). Это характеризует 3 стадию развития отрасли – так называемую стадию «турбулентности» или «встряски».

Наблюдается спад прибыли от предоставления услуг сотовой связи, это может быть связано с кризисными явлениями 2008-2009 гг.

или с недавними расследованиями Федеральной антимонопольной службы по поводу необоснованного завышения цен на роуминг. После этого поставщикам услуг сотовой связи пришлось одновременно снизить цены на свои услуги. Данную тенденцию в голосовых сервисах операторы компенсируют постепенным ростом среднемесячного трафика в расчете на одного абонента.

Отметим, что средняя стоимость одной минуты разговора на рынке сотовой связи в России сократилась в рублевом выражении в 7 раз. Среднегодовое снижение показателя АРРМ (средняя стоимость минуты) в рассматриваемый период составляло 18% в рублях. В последние несколько лет снижение средней стоимости минуты не столь заметно, по сравнению с предыдущими годами (2001-2007гг.).

Можно сделать вывод, что цены на голосовые услуги достигли рыночного равновесия.

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

Т. О. МАРКОВА

Ивановский государственный университет

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 2014 – 2015 г.г. НА ПРИМЕРЕ ОАО «ШВЕЙНАЯ ФИРМА “АЙВЕНГО”»

Кризисные процессы, происходящие в российской экономике в настоящее время, требуют от предприятий поиска более эффективных механизмов управления их деятельностью. Это напрямую касается и ОАО «Швейная фирма “Айвенго”».

В целях оптимизации деятельности в условиях кризиса компания выбрала маркетинговую стратегию сокращения («отсечения лишнего»). За 2014 год число магазинов в 16 городах России значительно сократилось. Например, в городах Иваново и Шуя – в 2 раза.

Во втором квартале 2014 года ассортиментная и ценовая политика «Айвенго» изменились: фирма перешла на систему минимальной наценки на продукцию ТМ «BENAFFETTO» и «Aivengo School».

По данным отчета о финансовых результатах за 9 месяцев 2014 г. прибыль предприятия сократилась почти на 30%.

К 2015 году компания «Айвенго» переориентировалась на Интернет-магазин и заказы корпоративных клиентов. Число акций по стимулированию сбыта к марту 2015 года выросло в два раза.

Покупателю предлагается удвоенная скидка на предзаказ, последний размер костюма можно купить со скидкой до 50% и т.д. Тогда как ранее одновременно проводились максимум две акции.

По данным опроса покупателей - мужчин в возрасте от 18 до 50 лет, проводимого в марте 2015 года, «Айвенго» продолжает лидировать на рынке мужских костюмов, и ее продукция по-прежнему пользуется большим спросом.

Таким образом, мы видим, что фирма «Айвенго» вовремя и верно сориентировалась в условиях кризиса и понесла минимальные убытки, прежде всего за счет эффективного управления ценами и ассортиментом, при сохранении высокого качества производимой продукции.

Также следует отметить, что в условиях кризиса можно использовать следующие меры: объединение потенциала внутри организации, открытие дополнительных сервисов, переход от долгосрочных планов к тем, которые смогут дать больший эффект в ближайшее время, переход на малобюджетные инструменты.

Научный руководитель: ст. преподаватель О. И. Успенская

В. А. НЕРСИСЯН

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ТЕКСТИЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Основная задача для предприятий и государства на сегодняшний день - налаживание экономических связей и восстановление сырьевой базы, а так же преодоление технологической отсталости отрасли.

Однако, по сравнению с развитыми странами, рынок легкой промышленности России наиболее уязвим, и ему не уделяется должного внимания. Например, по данным Минпромторга, В США текстильная и швейная промышленность занимают 3 и 4 позиции (после пищевой и табачной отраслей), для сравнения, в России данное направление занимает последние 10 и 12 места из 13 обрабатывающих отраслей экономики. По данным Федеральной службы статистики, удельный вес российской текстильной и легкой промышленности в общем объеме промышленной продукции, составляет 1,8% (1,2% в доходной части бюджета), в то время как в Турции она равна 20%, в Китае и Италии - более 13%.

Как известно, г. Иваново с 50-х годов является текстильным центром, последние двадцать лет он начал терять свой статус. Одной из причин является проблемы Развития малого текстильного бизнеса:

1). Одной из ключевых проблем можно выделить высокие процентные ставки по кредитам (по сравнению с Европейскими странами). Этот аспект не позволяет брать заёмные средства в банке, так как очень велик шанс банкротства из-за проблем с погашения заемных средств.

2). Высокий уровень нелегального импорта продукции.

3). Финансирования сектора текстильной промышленности.

4). Квалификация персонала маркетинга в сфере текстильной промышленности.

5). Изношенность основных фондов предприятий.

6). Низкая степень инноваций.

7). Преобладание дешевого импорта готовых изделий на отечественном рынке.

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

А. Я. ОГОРОДНИКОВ

Ивановский государственный университет

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИИ НА РЫНОК РИТЕЙЛА

Можно с уверенностью сказать, что рынок ритейла в России близок к своему насыщению. Время экстенсивного роста подходит к своему логическому завершению. Огромное количество функционирующих розничных сетей приводит к усилению конкуренции. А один из способов для предприятия не проиграть в конкурентной борьбе – грамотное и своевременное внедрение инноваций.

Инновация по своей природе – это внедренное новшество, обеспечивающие качественный рост предприятия в том или ином направлении. Тем не менее, фокусируясь на ритейле в РФ, нужно отметить, что большинство инновационных решений, принимаемых компаниями, так или иначе, заимствуются из-за рубежа. Но важно также и учитывать, что, внедряя в свой бизнес все новшества, популярные за рубежом, можно прийти к большим расходам при минимальной отдаче. Поэтому, важно следить за тем, насколько внедрение той или иной инновации оправдано в рамках специфики отечественного рынка розничной торговли.

Ярким примером использования инноваций может служить магазин «Fix Price». Основные аспекты, выступившие гарантами успеха:

- магазин функционирует в формате жесткого дискаунтера, единая цена товара достаточно низкая, поэтому целевая аудитория – люди с небольшим уровнем дохода, а таких у нас в стране большинство;

- ассортимент включает в себя множество непродовольственных товаров повседневного спроса, а если взять психологический аспект среднестатистического русского человека, который на все протяжении существования СССР сталкивался с дефицитом подобного рода товаров, то можно прогнозировать большой спрос со стороны населения старшего возраста;

- новый подход к старой проблеме. Многие люди обратят внимание на магазины с единой ценой просто потому, что для них это в новинку. А раз ново, значит интересно.

Итак, на примере компании «Fix Price» можно заключить, что внедрение инновации на отечественный рынок ритейла – один из способов обеспечить своей компании конкурентное преимущество, достичь успеха. Важно лишь решить, насколько инновация будет уместна и оправдана.

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

А. Е. ОСИПОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ОТРАСЛИ КИНОУСЛУГ, ПРОДОСТАВЛЯЕМЫХ В ИВАНОВО (НА ПРИМЕРЕ КИНОТЕАТРА «ЛОДЗЬ»)

Посещение кинотеатров – это неотъемлемая часть формирования нашего будничного и выходного досуга. Данная услуга удовлетворяет духовные потребности человека. Наиболее развитым в стране по-прежнему остается рынок кинотеатров Москвы. Доля московского региона на российском рынке составляет около 13% (119 кинотеатров), при этом по количеству кинозалов – превышает 20% (556 экранов).

Каждый год российские и зарубежные кинопроизводители ускоряют развитие рынка кинотеатров, увеличивая размеры целевой аудитории. Появляющиеся результаты исследований аудитории показывают, что чаще всего в кинотеатры ходят люди в возрасте 22-30 лет. Эксперты отмечают, что рост рынка современных киноплощадок в

абсолютных цифрах явно стабилизируется: в течение 2013 года в стране было открыто 97 кинотеатров (352 зала) – практически столько же, сколько и в 2012 году (96 кинотеатров, 351 зал). Число закрытий по сравнению с предыдущим годом незначительно снизилось: были закрыты 27 кинотеатров (в 2012 году – 34), с 50 залами (в 2012 году – 51).

Рынок кинотеатров в городе Иваново нельзя считать насыщенным, так как на данный момент действуют всего 3 кинотеатра: «Лодзь», «Искра», «А113». Также в феврале 2015 года открывается новый кинотеатр в ТЦ «Тополь», из этого можно сделать вывод, что большую популярность сейчас набирают кинотеатры, находящиеся именно в торгово-развлекательных центрах, как нашего города, так и по России в целом. На данный момент кинотеатр «Лодзь» находится в состоянии зрелости жизненного цикла отрасли. Это можно обосновать тем, что этот кинотеатр является лидером на рынке города Иваново, имеет стабильно-высокую прибыль и постоянных клиентов, а также малое количество конкурентов.

У рынка киноуслуг в городе Иваново существуют большие перспективы в будущем, т.к. данный рынок ненасыщен и имеет мало конкурентов и привлекателен для вложения инвестиций и дальнейшего роста.

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

Е. А. СМЕРНОВА

Ивановский государственный университет

РОЛЬ ЭЛЕМЕНТОВ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

Современные организации используют сложные коммуникационные системы для поддержания контактов с посредниками, клиентами, с различными общественными организациями и слоями, целью чего является доведение информации о достоинствах продукта фирмы и стимулирование возникновения его купить. Необходимо учесть, что каждый из элементов ориентирован на решение определённых задач, которые, в свою очередь, должны соответствовать целям коммуникационной программы.

Компания «ВымпелКом» («Билайн») проводит большую рекламную деятельность для продвижения товаров и услуг сотовой связи: реклама на телевидение; реклама в интернете; на радио; в печатных СМИ; наружная реклама. Очень важным каналом

коммуникации для оператора связи Билайн является сеть Интернет. Большое количество информации о своих предложениях она выкладывает на своем официальном сайте. В рамках мероприятий по стимулированию сбыта компания предоставляет бонусные скидки (бонусная программа «Счастливое время»); скидки для слабослышащих; акции: «Wikipedia бесплатно», «0.vk.com». Задача данных мероприятий – создать и улучшить процесс взаимодействия между товаром, фирмой и потребителем. Компания «ВымпелКом» также активно проводит мероприятия по формированию общественного мнения, например, активно участвует в развитии благотворительности: предоставляет услуги мобильной связи, высокоскоростного доступа в интернет, номеров 8-800, стационарной телефонии, «Виртуальной АТС», а также специальные мобильные сервисы для простого и понятного сбора пожертвований в пользу 80 различных благотворительных фондов, в том числе «Подари жизнь», «Линия жизни», «Русфонд», «Детские сердца». Кроме того компания ведёт сотрудничество с поисковым отрядом «ЛизаАлерт». В 2012 году «ВымпелКом» стал телекоммуникационным партнёром поискового отряда.

Необходимо учесть, что потребитель обычно не сразу принимает решение об определённой покупке, поэтому при налаживании коммуникаций надо знать, на какой стадии принятия продукта находится потребитель и какой информацией он преимущественно пользуется.

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

Д. Е. СОБАКИНСКИХ

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА ИВАНОВСКОМ ШВЕЙНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Для выживания в конкурентной борьбе любая компания должна обладать определенными преимуществами. Анализ возможностей фирмы и источников конкурентного влияния позволяет выявить направления, где компания может уверенно конкурировать с другими организациями, а где этой борьбы следует избежать. Чем больше фирма имеет конкурентных преимуществ перед другими организациями, тем выше ее конкурентоспособность. Для этого необходимо повышать уровень управления и завоевывать новые преимущества.

Компания «Византия» – ивановское швейное предприятие, которое уже 5 лет занимается производством трикотажных изделий. Стратегией компании является поиск оптимальных путей для того, чтобы производить и продавать товары такого соотношения цена/качество, которое позволяет контролировать часть рынка. Организация постоянно увеличивает ассортимент предлагаемой продукции и стремится находить новые рынки сбыта. Исследование конкурентных преимуществ компании «Византия» показывает успешную трудовую деятельность предприятия, в том числе благодаря тому, что фирма обладает преимуществами перед своими конкурентами. Учитывая емкость рынка товаров легкой промышленности, можно предположить, что этот сектор обладает мощным потенциалом, который можно эффективно использовать. Для обеспечения роста компания ООО «Византия» использует следующие конкурентные преимущества: соотношение цены и качества товара, широкий ассортимент продукции, гибкое реагирование на изменение со стороны спроса – все это позволяет обеспечить высокие темпы роста продаж, рентабельность и другие, значимые для коммерческой деятельности результаты.

Пример компании позволяет сделать вывод о том, как важно уметь анализировать возможности фирмы, создавать конкурентные преимущества, которые бы обеспечили организации стабильное развитие и рост приоритетных показателей.

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

М. В. ТЕТЕРИНА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ДЛЯ ООО «ЭЛЬДОРАДО»

Для эффективной деятельности компании ООО «Эльдорадо», как и любой другой фирме, необходимо выбрать и придерживаться наиболее оптимальной стратегии развития.

Стратегия проникновения для компании предполагает интенсивное продвижение существующей техники на рынке путем применения маркетинговых стратегий, разработки системы скидок для постоянных клиентов, увеличение сбыта и т.д. Стратегия предполагает наименьший риск для компании, можно легко спрогнозировать объем продаж, точность которого составит 90-100%, но рынок перенасыщен, изменяется характер потребительского спроса, поэтому эта стратегия

не должна быть приоритетной для компании. Развитие рынка, в случае с компанией Эльдорадо может предполагать проникновение на новые географические рынки, например, расширение в маленьких городах России или освоение все больших городов на Украине, проникновение в Белоруссию. При выходе на данные рынки необходимо тщательно проанализировать спрос и предложение, а так же наличие конкурентов. Точность прогнозирования объемов продаж составит 40-50%. Данная тенденция так же не является оптимальной для компании.

Стратегия развития товаров в «Эльдорадо» направлена на улучшение качества и сервиса продукции. Сервисное направление HiTechnic – это крупнейшая в России профессиональная сервисная компания, которая представлена по всей стране и осуществляет установку, подключение, настройку и ремонт бытовой техники и электроники любой сложности. Так как компания не производит продукцию, а является ритейлером, она не может участвовать в выпуске товаров. Но благодаря стратегическому партнерству с ведущими международными производителями клиенты «Эльдорадо» в числе первых могут узнавать о впечатляющих инновациях и получать эксклюзивные новинки.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что компании целесообразно придерживаться стратегии диверсификации. Данная стратегия позволяет привлечь больше покупателей, полнее учесть их потребности, увеличить рыночную долю.

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

Ю. А. ТУНДИНА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ФИРМЫ

В условиях рыночных отношений целью деятельности любого предприятия является получение прибыли. Прибыль обеспечивает для предприятия ряд возможностей, таких как самофинансирование и удовлетворение материальных и социальных потребностей собственника предприятия и его работников.

Каждому предприятию необходимо провести качественный анализ результатов своей деятельности, так основным финансовым результатом является прибыль, следовательно, особое внимание следует обратить на анализ именно этого показателя.

Анализ формирования и использования прибыли предполагает следующие этапы:

1. Анализ состава и динамики балансовой прибыли.
2. Анализ финансовых результатов от обычных видов деятельности.
3. Анализ уровня среднереализационных цен.
4. Факторный анализ прибыли.
5. Анализ рентабельности деятельности предприятия.
6. Анализ распределения и использования прибыли.

В процессе анализа изучается динамика доли прибыли, которую руководство направляет на самофинансирование предприятия и материальное стимулирование работников, а также таких показателей, как сумма капитальных вложений на одного работника, сумма зарплат и выплат на одного работника. Важно изучать их в тесной связи с уровнем рентабельности, суммой прибыли на одного работника, и на один рубль основных производственных фондов. Если эти показатели выше, чем на других предприятиях, или выше нормативных для данной отрасли производства, то есть перспективы для развития предприятия.

В случае если предприятие в отчетном периоде получило убыток, то необходимо выяснить причины такого результата. В данном случае анализ сводится в основном к изучению динамики и причин полученных убытков и прибыли по каждому конкретному случаю.

Анализ прибыли позволит предприятию сделать выводы о своей деятельности, скорректировать ее в будущем периоде и выявить резервы увеличения прибыли. В зависимости от состояния фирмы и рыночной ситуации, предприятие может увеличить свою прибыль за счет увеличения объема продукции, повышения цен, либо снижения себестоимость товарной продукции.

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

Д. И. УСОВА

Ивановский государственный университет

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ г. ИВАНОВО

В настоящее время тема конкуренции на любом рынке очень актуальна. На рынке туристических услуг с каждым годом растет не только число путешествующих, но и число туристических фирм, что

усиливает конкуренцию между фирмами. На ивановском рынке соперничают между собой четыре фирмы:

- TezTour – доля на рынке 17%;
- Славянка – доля на рынке 12%;
- Натали Тур – доля на рынке 11%;
- Нота Бене-тур – доля на рынке 7%.

Все перечисленные компании используют стратегию продуктового лидерства, которая основана на дифференциации товаров.

Турфирма Славянка является лидером на рынке, прежде всего за счет предложения разнообразных туров для покупателей с разным уровнем дохода, а также активного сотрудничества с учебными заведениями, что не наблюдается в деятельности других фирм-конкурентов. Компания TezTour имеет самую высокую долю на рынке, но на роль лидера только претендует, как и компания Натали Тур. С каждым годом появляются все новые направления туров, особенно у компании TezTour (в 2014 году появились новые направления – Кипр и Франция). Также компании проводят достаточно гибкую ценовую политику, действует много предложений, акций, скидок. Туры компании Натали Тур ориентированы на покупателей с высоким и средним уровнем дохода. Ценовая политика достаточно гибкая, клиентам предоставляются скидки, специальные предложения. Компания активно использует рекламу в печатных изданиях, на радио и телевидении, также можно встретить наружную рекламу на улицах города. Компания Нота Бене-тур следует за лидером на рынке, экономя свои силы и средства. В городе Иваново всего один офис Нота Бене-тур, который имеет не очень удобное местоположение для клиентов, не имеющих личного автомобиля. Компания, в отличие от других, очень активно использует рекламу на телевидении, радио, печатных изданиях.

В настоящее время каждой компании на данном рынке, которая не хочет уступать свои позиции необходимо постоянно совершенствовать свою деятельность.

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

А. П. ФОМИЧЕВ

Ивановский государственный университет

ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ СБЫТА

Основным инструментом воздействия на потребителя со стороны фирмы в рамках сбытовой деятельности является сбытовой механизм, который включает в себя, с одной стороны, каналы распределения, их структуру, сам процесс выбора сбытовых каналов, а с другой – действия по разработке и реализации маркетинговых мероприятий по физической дистрибуции товара. Логистическая деятельность составляет неотъемлемую часть любой маркетинговой стратегии, т.к. выступает важным инструментом продаж.

Изучение особенностей взаимодействия маркетинга и логистики при организации системы сбыта было проведено на базе ОАО «Тепличный». Основными задачами маркетинговой службы ОАО «Тепличный» как комплекса маркетинга и логистики являются: планирование ассортимента продукции; организация системы сбыта; анализ рынка и использование полученных результатов для совершенствования деятельности предприятия. Таким образом, специалисты отдела маркетинга предприятия непосредственно участвуют в осуществлении ОАО «Тепличный» сбытовой и логистической деятельности.

Существующая функциональная подсистема взаимодействия маркетинга и логистики предприятия формирует некоторые недостатки при организации системы сбыта, в частности: недостаточно эффективное использование каналов распределения продукции; отсутствие квалифицированных работников, полномочиями которых является обеспечение управления системой сбыта предприятия; отсутствие комплексной системы стимулирования сбыта.

Устранение выявленных недостатков возможно путем реализации следующих мероприятий: использовать смешанный канал распределения продукции; ввести рассрочку платежа и дополнительную услугу по хранению товара на складе предприятия; ввести в штат предприятия несколько должностей, круг полномочий которых будет сосредоточен в области управления сбытом.

Реализация данных мероприятий позволит предприятию совершенствовать свою сбытовую деятельность и повысить эффективность взаимодействия областей маркетинга и логистики в целом.

А. А. ХОРШУНОВА

Ивановский государственный университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

В последнее десятилетие все большим спросом пользуется продукция сегмента быстрого питания – фаст фуд. Практически в каждом городе России есть рестораны подобного типа. Наибольшую популярность имеют рестораны Макдоналдс. Возрастающая популярность связана с тем, что большая часть населения России имеет средний или ниже среднего уровень дохода при высокой загруженности рабочего дня, поэтому многие люди предпочитают услуги сегмента быстрого питания, который сочетает в себе быстроту обслуживания при относительно невысоких ценах.

Целевым сегментом ресторанов быстрого питания в России являются дети, студенты и офисные работники, т.е. самая активная часть населения, которая ценит быстроту и качество обслуживания. Поэтому компаниям, работающим в данном сегменте, необходимо делать упор на обучение персонала для более быстрого и профессионального обслуживания, чтобы привлечь большее количество посетителей, что в свою очередь позволит достичь главную цель всех компаний данного профиля - максимизацию прибыли и объема продаж.

Развитие сегмента быстрого питания в России находится на этапе роста, об этом свидетельствуют различные показатели: насыщенность российского ресторанного рынка; высокая инвестиционная привлекательность; увеличение количества ресторанов – за 2014 год на 730, ежегодно количество ресторанов увеличивается на 23-25%; увеличение объема продаж – по сравнению с 2012 годом в 2014 году наблюдалось увеличение на 5,6%; рост количества потребителей – по сравнению с 2013 годом в 2014 году рост составил 20%.

Основываясь на результатах исследования маркетинговой стратегии компании Макдоналдс, стоит отметить, что данная сеть ресторанов быстрого обслуживания успешно функционирует на Ивановском рынке. С помощью различных методов маркетинговой политики успешно реализует свои стратегические цели и установки, а именно: осваивает новые рынки сбыта, привлекает новые сегменты

потребителей с помощью расширения и совершенствования производимой продукции.

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

А. М. ШИЛОВА

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО РЫНКА РОССИИ

Инвестиции являются одним из важнейших факторов функционирования и развития экономики, они предопределяют фундаментальные хозяйственные процессы, протекающие на уровне экономики в целом, ее отраслевых и региональных сегментов, отдельных хозяйствующих субъектов. Они выступают как предпосылка и результат расширенного воспроизводства, следовательно, повышаются объемы производства, растут валовой национальный продукт и национальный доход, развиваются инвестиционно-привлекательные отрасли, регионы и предприятия. Определяя общую эффективность хозяйствования и экономический рост в долгосрочной перспективе, инвестиции оказывают прямое влияние на занятость и доходы населения, следовательно, на уровень жизни, что имеет большое социальное значение.

На всем протяжении 2000-х г. самочувствие национального хозяйства России, ее финансовой системы преимущественно определялось состоянием мировых рынков – расширением производства и потребления, ростом цен на энергоносители и легким доступом к внешним финансовым ресурсам. Все это способствовало развитию инвестиционного рынка страны и росту объема инвестиций. Переломной точкой стал разразившийся в США, а затем и глобальный финансово-экономический кризис. Это привело к снижению активности на инвестиционном рынке России в 2009г. на 13%. Однако как показывает статистика уже в 2010г. удалось вернуться на предкризисный уровень, и в последующие годы так же наращивать инвестиции вплоть до настоящего времени.

Основную долю инвестиций в основной капитал по формам собственности составляют российские источники – более 80% (в 2013г. 88%), а доля иностранных инвестиций равна примерно по 6% в чистом виде и в смешанной с российской собственностью. Это указывает на неблагоприятный инвестиционный климат и наличие проблем, среди которых: высокая зависимость национального

хозяйства от внешнеэкономической конъюнктуры, в том числе от цен на нефть; избыточные административные барьеры для предпринимателей; недостаточная правовая защита отечественных и иностранных инвесторов, слабая правоприменительная практика; отсутствие эффективных механизмов трансформации сбережений населения в инвестиции.

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

Е. В. ШМИГЕЛЬСКАЯ, А. Н. СОТСКОВ
Ивановский государственный университет

ВЫБОР СТРАТЕГИЧЕСКИХ ОРИЕНТИРОВ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Долгосрочная эффективная работа предприятия, его экономический рост определяются правильным выбором стратегических ориентиров, позволяющих наилучшим образом реализовать организационно-технический потенциал, человеческий капитал и другие ресурсы. Универсальной для всех компаний стратегии не существует, она подбирается, исходя из особенностей организации.

Цель исследований – разработка стратегии развития предприятия на основе проведения комплексного анализа его деятельности.

Объектом исследования являлось общество с ограниченной ответственностью, которое осуществляет оптовую торговлю.

Анализ основных технико-экономических и финансовых показателей, показателей рентабельности и основных производственных фондов за последние три года дает нам право говорить как об эффективном использовании основных средств предприятия, так и об эффективной работе с ресурсами.

Далее был проведен SWOT-анализ. Сильными сторонами предприятия являются: прочные связи с поставщиком, высокий уровень квалификации руководства, хорошие деловые связи с покупателями, близость складов к транспортным узлам, минимальные логистические издержки. Слабые стороны: отсутствие маркетингового отдела, слабая планово-аналитическая деятельность, неполный охват ассортимента и др. Возможности: спрос на продукцию достаточно высок, большое количество покупателей, рост уровня доходов населения и др. Угрозы: высокие налоги, нестабильное финансовое положение заказчиков, сильная конкуренция, повышение цен на

транспортные перевозки, повышенная волатильность национальной валюты.

По результатам SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что сильные стороны предприятия по своему воздействию превышают слабые, что позволяет с помощью сильных сторон получать отдачу от возможностей и устранять угрозы. Исходя из проведенного анализа, а также целей предприятия, выбрана наиболее подходящая стратегия концентрированного роста, заключающаяся в усилении позиций на рынке. Стратегия предполагает пересмотр маркетинговой политики для увеличения объемов продаж, риски в этом случае, по сравнению с другими типами стратегий, самые маленькие.

А. В. ЯХОНИН

Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ СНИЖЕНИЯ КУРСА РУБЛЯ НА РЫНОК МОБИЛЬНОГО РИТЕЙЛА

Ухудшение экономической обстановки в России, вызванное стремительным снижением цен на энергоресурсы, а также санкции в отношении России в связи с событиями на востоке Украины поспособствовали началу нового финансового кризиса. Эти факторы вызвали значительное снижение курса рубля относительно иностранных валют, затем увеличение инфляции и замедление роста реальных доходов населения. Нестабильная экономическая обстановка начала оказывать негативный эффект на все отрасли экономики. В большей мере этот эффект затронул розничную торговлю, следовательно и весь рынок мобильного ритейла.

Обвал рубля 15 – 16 декабря 2014 года вызвал панику, и граждане начали активно скупать бытовую технику и электронику. Компании «Связной» и «Евросеть», специализирующиеся на продаже электроники, заявили о резком росте продаж гаджетов. Однако этот рост оказался краткосрочным, так как уже с 1 января 2015 цены на технику выросли на 20-25%. Естественно, принимая во внимание сложившуюся конъюнктуру, можно говорить о наступлении тяжелого периода для всего рынка мобильного ритейла, и для «Евросети» в частности. Также осложнило ситуацию и повышение ключевой ставки в нашей стране.

По словам президента «Евросети» Александра Малиса, текущая ставка по банковским процентам полностью исключает использование банковского финансирования. Соответственно, для того, чтобы

компания не потерпела больших убытков, нужно принимать определенные меры, уделять особое внимание сбытовой политике, поддерживая население, чей реальный доход также был уменьшен, различными акционными предложениями и скидками. Логичным представляется перенесение акцентов на телефоны бюджетного уровня, при одновременном сокращении линейки телефонов бизнес-класса. Проводя активную политику, направленную на удержание определенного уровня спроса на свою продукцию, компания добьётся большей лояльности со стороны населения. Поэтому можно отметить, что компания обладает достаточными ресурсами и потенциалом, чтобы выйти из кризисной ситуации, не понеся непоправимого урона.

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

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

М. Д. ИВАЩЕНКО
Ивановский государственный университет

ЛИДЕРСТВО В ОРГАНИЗАЦИИ

Лидерство – важнейший компонент эффективного руководства. Оно встречается везде, где есть устойчивое объединение людей. Само слово «лидер» означает «вождь», «ведущий». Лидерство отличается от руководства, которое предполагает достаточно жесткую и формализованную систему отношений господства – подчинения. Лидер – это символ общности и образец поведения группы. Он выдвигается, как правило, снизу, преимущественно стихийно и принимается последователями.

Существует четыре группы лидерских качеств: физические – приятная внешность, хорошее здоровье, энергичность, представительность и проч.; психологические – темперамент, агрессивность, амбициозность, властность, независимость, смелость, упорство, мужество; интеллектуальные – ум, логика, память, интуиция, эрудиция, стремление к творчеству, проницательность; личностные: деловые – организованность, инициативность, дисциплинированность, ответственность, умение рисковать; личные – доброжелательность, тактичность, порядочность, участливость, честность, внимательность, коммуникабельность.

Богатство сторон, аспектов лидерства определяет многообразие его типологии. Наиболее простой и широко распространенной классификацией лидерства в организации является выделение его трех типов (иногда их называют ролями лидера): деловое, эмоциональное, ситуативное. Существует множество других типологий лидерства, к примеру, выделение его типов в зависимости от содержания, от стиля, от характера деятельности, а также в зависимости от восприятия лидера группой.

Таким образом, лидером группы может стать только тот человек, кто способен привести группу к разрешению тех или иных групповых ситуаций, проблем, задач, кто несет в себе наиболее важные для этой группы личностные черты, кто несет в себе и разделяет те ценности, которые присущи группе. Лидер – это как бы

зеркало группы, лидер появляется в данной конкретной группе, какова группа – таков и лидер.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

М. М. КАМИЛЛИ

Ивановский государственный университет

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Стратегическое управление, по сути, представляет собой совокупность взаимосвязанных управленческих процессов. Оно может быть направлено как на отдельные элементы организации, так и на всю систему в целом. Несмотря на то, что стратегии сами по себе являются внесением каких-либо новшеств, инноваций, все же следует особо выделить **стратегическое инновационное управление**, которое нацелено на модернизацию продукции и работы предприятия с целью обеспечения конкурентоспособности фирмы в долгосрочном периоде за счет её потенциала. Одной из важнейших его черт является многоаспектность. Так или иначе изменения, проводимые в рамках этой разновидности стратегического управления, проходят сквозь всю систему организации и затрагивают множество её компонентов. В условиях рыночной экономики и бурно протекающей НТР, роль этих изменений велика. Для того, чтобы успешно функционировать и развиваться, предприятие должно шагать в ногу с прогрессом, искать пути совершенствования своей работы.

Целью данной работы является ознакомление с сутью стратегического инновационного управления, его принципами и местом в рамках стратегического управления организацией.

Одним из авторов, отмечающих особое влияние инновационного управления на стратегическое развитие, является С. Н. Кужева. Она пишет, что, к сожалению, хотя литература полна практическими идеями и советами, нет единого понимания данного процесса. И, на наш взгляд, это действительно так. До сих пор четко не сформулировано, что же такое стратегическое инновационное управление, и какую роль оно играет в организации.

Поэтому важнейшее значение имеет определение понятия стратегического инновационного управления во всей его многоаспектности. При этом определение должно отражать

включенность данного понятия в более широкое понятие стратегического управления

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

Л. О. КОКУШКИНА

Ивановский государственный университет

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ В СИСТЕМЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Главную экономическую стратегию деятельности предприятия детализируют с помощью функциональных стратегий, которые отражают конкретные пути достижения специфических целей предприятия, стоящих перед его отдельными подразделениями и службами.

Предприятие должно разрабатывать следующие основные виды функциональных стратегий: стратегию маркетинга; финансовую стратегию; инновационную стратегию; стратегию производства; социальную стратегию; стратегию организационных изменений; экологическую стратегию.

Маркетинговая стратегия-ведущая из функциональных стратегий развития предприятия, так как маркетинг обеспечивает информационные, стратегические и оперативные связи предприятия с внешней средой. Непосредственное функционирование маркетинга тесно связано с другими подсистемами управления деятельностью предприятия. Основа маркетинга – процесс непрерывного сбора, анализа и оценки информации, в первую очередь о состоянии рынка, поэтому необходимо обновлять и получать знания о состоянии внешней среды. Посредством разработки маркетинговой стратегии решаются такие важные задачи как: разработка комплекса маркетинговых мероприятий; адаптация деятельности предприятия к изменениям внешней среды; обеспечение адекватности маркетинговой политики предприятия меняющимся потребностям клиентов.

Основные компоненты маркетинговой стратегии развития предприятия: стратегия товара: модификация товара; создание нового товара; вывод продукции с рынка; стратегия товародвижения; прямые каналы; косвенные каналы; смешанный канал; стратегия товаропродвижения; реклама; стимулирование сбыта; пропаганда; личная продажа; стратегия цен; прочное внедрение на рынок; «снятие сливок»; установление цен по одному из выбранных признаков.

Задача маркетолога состоит в том, чтобы понять поведение различных участников процесса покупки и разобраться в факторах влияния на покупательское поведение. Это позволяет разработать эффективную стратегию маркетинга для своего целевого рынка.
Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Куликов В.И.

М. Д. ЛОБАНОВА
Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

В России, как и в большинстве стран мира, в настоящее время господствует рыночная экономика. Одной из особенностей рыночных отношений является высокая степень неопределенности. Неопределенность – это недостаточность сведений об условиях, в которых будет проходить деятельность, низкая степень их предсказуемости. В данных условиях необходимым является исследование поведения предприятий – одной из основных групп хозяйствующих субъектов в экономике, что имеет большое значение и для других хозяйствующих субъектов: домашних хозяйств, государства, иностранных фирм, с которыми предприятие связано сетью хозяйственных связей.

Чтобы выжить в современных условиях, предприятие должно грамотно и своевременно реагировать на изменения внешней среды и приспосабливаться к ним. Способность системы обнаруживать целенаправленное приспособляющееся поведение в сложных средах, а также сам процесс такого приспособления называется адаптацией. Адаптация к среде, характеризующейся высокой степенью неопределенности, позволяет предприятию достигать своих целей в условиях недостаточности априорной информации. В процессе приспособления меняются количественные параметры системы, а также ее структура. Наиболее глубокие преобразования в системе происходят при адаптации к существенным изменениям конкурентной среды.

Выделяются следующие основные виды адаптации предприятия: духовная, природная, социальная, экономическая. Каждое предприятие выбирает для себя определенные формы и методы адаптации, называемые механизмами адаптации, а также всевозможные их комбинации. Следует также учитывать сопротивление адаптации и связанным с ней изменениям.

Соппротивление может иметь социальную, техническую и организационную природу.

Таким образом, в современных условиях, характеризующихся высокой степенью неопределенности, способность предприятия адаптироваться к внешней среде играет решающую роль.

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

Д. Ю. МАКОВА

Ивановский государственный университет

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНУТРИФИРМЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Необходимость организации на промышленном предприятии эффективной системы бизнес-планирования не вызывает сомнений. Обширный опыт зарубежных и российских предприятий доказывает, что недооценка планирования предпринимательской деятельности в условиях рынка, его игнорирование или некомпетентное осуществление приводят к огромным экономическим потерям и, в конечном счете, к банкротству.

Прежде всего, бизнес-план – многоплановый управленческий инструмент. Он предусматривает решение как стратегических, так и тактических задач, независимо от его функциональной ориентации, в том числе: организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия; выявление потенциальных возможностей бизнеса, анализ сильных и слабых его сторон; формирование инвестиционных целей на планируемый период. В бизнес-плане обосновывается выбор стратегии и тактики конкуренции, проводится оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия. В основе разработки бизнес-плана лежат общие подходы к планированию деятельности организаций.

Вместе с тем бизнес-планирование занимает особое место в классическом планировании, поскольку включает элементы маркетинга, экономики организации, финансовой и кадровой политики. Бизнес-план выступает как объективная оценка результатов рыночной деятельности компании и в то же время как необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. Не будет преувеличением назвать бизнес-план основой управления не только конкретным коммерческим проектом, но и всем предприятием. Благодаря бизнес-плану у управляющего появляется возможность взглянуть на предприятие как бы со стороны. В

постоянно преобразующемся деловом мире для бизнеса открывается сейчас множество новых возможностей. Бизнес-планирование помогает менеджеру не упустить их и использовать для преобразования и повышения эффективности деятельности на рынке.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. В. Ситникова

В. В. РУТКОВСКАЯ, Д. К. СМИРНОВА
Ивановский государственный университет

РОЛЬ ЛИДЕРСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ

В современном мире «лидерство» - одно из самых популярных понятий. К примеру, в бизнесе лидеров рассматривают как ключевой фактор успеха компании. Президент компании BritishAirspace считает, что "лидерство – это искусство получать от людей больше, чем, по их мнению, они могут дать". Существует множество разных определений лидерства, так как это понятие многогранно, и каждый человек может внести в него свой смысл.

В настоящий момент структуру лидерства составляют пять основных элементов: лидер, последователи, задачи, ситуация и группа. Лидер – первый и основной участник лидерства с определенными личностными чертами, способностями и возможностями, ориентированными на цель. Без последователей нет лидерства, так как у них есть свои качества и возможности для реализации целей. Задачи определяют деятельность группы. Ситуация - это внешняя среда, в которой происходит процесс взаимодействия, а также к ней относят решаемые задачи, трудовые процессы, членов коллектива.

Роль лидера может быть рассмотрена с позиции анализа его специфических функций. Лидер может выступать в качестве администратора, планировщика, политика, эксперта, представителя группы во внешней среде, образца поведения, символа группы и так далее. Многие функции входят в круг обязанностей формальных руководителей, как первичных коллективов, так и крупных организаций. Формальное лидерство – процесс влияния на людей с позиции занимаемой должности, а неформальное – процесс влияния на людей при помощи своих способностей, умения или других ресурсов. Но многочисленные исследования показали: коллектив оценивает руководителя, в первую очередь, по личным качествам, как человека, и уже потом - как компетентного управляющего.

Ни одна организация не может существовать без менеджеров, но будут двигать ее вперед настойчивые лидеры с хорошими навыками

менеджмента. Итак, наиболее эффективным является руководство, опирающееся на лидерство.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Ю. Роднина

А. Ю. САВЕЛЬЕВ

Ивановский государственный университет

ПРОЦЕССЫ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Маркетинговая стратегия – это элемент общей стратегии компании, который описывает, как компания должна использовать свои ограниченные ресурсы для достижения максимального результата в увеличении продаж и доходности от продаж в долгосрочной перспективе.

Процессы разработки маркетинговой стратегии:

1) исследование состояния рынка; 2) оценка текущего состояния; 3) анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности компании; 4) постановка целей маркетинговой стратегии; 5) сегментация рынка и выбор целевых сегментов (исследование потребителей); 6) анализ стратегических альтернатив и выбор маркетинговой стратегии; 7) разработка позиционирования; 8) предварительная экономическая оценка стратегии и инструменты контроля.

Исследование состояния рынка заключается: в анализе рынка (определение границ рынка; оценка емкости рынка; определение рыночной доли компании; первичная оценка уровня конкуренции на рынке; тенденции развития рынка); в анализе внешней макроэкономической среды.

Оценка текущего состояния состоит из анализа экономических показателей; анализа производственных возможностей; аудита системы маркетинга; SWOT-анализа; разработки прогноза.

Анализ конкурентов состоит из следующих элементов: выявления конкурентов компании; оценки их рыночной доли; определения целей конкурентов; определения стратегий конкурентов; оценки сильных и слабых сторон конкурентов; оценки спектра возможных реакций конкурентов; выбора конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать. Постановка целей маркетинговой стратегии заключается в выдвижении целей; оценке целей; установлении иерархии целей. Сегментация рынка и выбор целевых сегментов состоит из сегментации рынка и выбора времени и метода выхода на целевые сегменты. Каждый из процессов разработки

маркетинговой стратегии является достаточно долгим и трудоемким процессом, поэтому к каждому этапу (процессу) исследователю следует относиться со всей серьезностью, так как именно от его работы зависит, как будет функционировать организация в перспективе.

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

Д. К. СМЕРНОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ И УЛУЧШЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ МЕНЕДЖЕРА

Неправильная организация менеджером своей деятельности создает дефицит рабочего времени, что существенно влияет на эффективность работы всего предприятия.

Существует несколько методов учета и измерения времени, выбор которых зависит от его задач и масштабов: *хронометраж* – наблюдение и измерение затрат рабочего времени на осуществление повторяющихся элементов операции или ее в целом; *упрощенные наблюдения* – применение обычных часов; *фотографирование рабочего дня* – фиксация всех без исключения полезных затрат и потерь времени на протяжении дня или какой-либо его части; *моментные наблюдения* фиксируют то, чем работник занимался в определенные случайно выбранные моменты; *самофотографирование* – работник самостоятельно фиксирует свои действия; *дневник рабочего времени руководителя или специалиста* – специфическая форма самофотографирования; *опрос* предназначен для анализа отдельных видов работ.

Для рационального использования своего времени менеджеру необходимо, прежде всего, четко уяснить свои основные функции, цели, задачи и бюджет времени. Необходимо постоянно фиксировать затраченное время, при этом следует указывать, как и на что оно было потрачено. Затем менеджер, имея полное представление о затратах своего времени, может составлять план на будущее. Основой плана использования времени менеджера может служить его перспективный план. С учетом этого плана составляют годовой план, охватывающий квартальные планы. Квартальные планы могут быть скоординированы с годовым планом и подразделены на месячные планы. Исходя из этого недельно-суточный план будет наиболее точным планом

использования рабочего времени менеджера. План на рабочий день – важная ступенька в планировании рабочего времени, он постоянно контролируется и корректируется с учетом обстановки.

Таким образом, менеджер должен не только анализировать затраты рабочего времени, но и улучшать его использование для эффективности работы организации.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

А. Ю. УШАКОВА

Ивановский государственный университет

ПРИНЯТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ И ТАКТИЧЕСКИХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время быстро изменяющаяся динамика рынка, а также жесткая конкурентная борьба, требуют высокой эффективности принятия стратегических и тактических управленческих решений.

Принятие решений в процессе управления – это всегда непросто. Особенно это касается стратегически важных решений. Стратегические управленческие решения – решения, задающие общее направление деятельности организации, оказывающие долгосрочное влияние и требующие больших ресурсов. Такие решения разрабатываются на основе всестороннего анализа и контролируются на самом верхнем уровне управления – менеджментом организации. Стратегические решения сопряжены с высоким уровнем неопределенности и с существенными рисками. Примерами решений стратегического типа служат, в частности, выбор рынков и круга производимых товаров, источников снабжения материалами и концепции маркетинга, формирование адекватной организационной культуры и т.п. Если цель понятна всем – и менеджменту, и владельцам, ее достижение – дело времени и техники.

Тактические управленческие решения более стандартны и краткосрочны. Они принимаются в организации достаточно регулярно на основе более точной и детальной информации. Данные решения принимаются после полного изучения проблемы, тенденций и прогнозов рынка в результате коллективного обсуждения, черту под которым подводит гендиректор.

Хорошая стратегия и ее умелая реализация посредством комплекса тактических решений – необходимые мероприятия для достижения намеченных результатов. Так или иначе, успех предприятия зависит не только от правильно выбранной стратегии, что конечно

немаловажно, но и от путей ее реализации. Даже самая хорошая, потенциально удачная стратегия будет обречена на провал в том случае, если тактические шаги не будут досконально продуманы либо не качественно исполнены.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. В. Ситникова

Р. С. ФЕРОЯН

Ивановский государственный университет

КОРПОРАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ БРЕНДИНГА

Покупатели от организаций помнят об имидже компании больше, чем о любых подробностях товара, приведенных в информации о нем. Потребитель, работающий в промышленной отрасли, если он действительно специалист в этой области, всегда задает вопросы о надежности потенциального поставщика. Однако, бизнес-решения принимаются людьми и связаны с людьми и всегда существуют эмоциональные факторы. Поэтому поставщик должен иметь явно выраженную индивидуальность, без которой нельзя добиться уважения на деловом рынке.

Цель корпоративного брендинга:

- сделать название компании известным, отличительным от других и надежным, с точки зрения потенциальных покупателей;
- помочь формированию взаимоотношений между покупателями и поставщиками;
- продемонстрировать преимущества, предлагаемые покупателям;
- воплотить систему ценности корпорации.

Чтобы представить себя в наиболее благоприятном свете, фирмы разрабатывают программу *корпоративной идентичности*, координирующую все формы внешних коммуникаций и демонстрирующую согласованность. Проблема заключается в том, что корпоративная идентичность — это эквивалент «брендинга как входящего процесса».

Корпоративная идентичность — это ценный актив, который, если им управляют эффективно, может внести заметный вклад в успех бренда. Поэтому любая фирма должна управлять программой своей корпоративной идентичности так, чтобы все члены закупочной комиссии воспринимали один и тот же корпоративный имидж поставщика, как повышающий чувства доверия к нему и его работе. У каждого члена закупочной комиссии могут быть свои контакты с

конкретным поставщиком, однако, не имея единого подхода к управлению корпоративной идентичностью, они могут по-разному воспринимать корпоративный имидж, что для бренда крайне отрицательно.

Любая программа корпоративной идентичности получает поддержку из множества источников. Например, название фирмы, ее структура, сотрудники, офисы, фирменные бланки, деятельность по продвижению, ключевые ценности, культура, логотип, и даже то, как служащие отвечают на телефонные звонки, — все это вносит свой вклад в такую программу.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. В. Э.Савин

Д. Н. БРАГИНА
Ивановский государственный университет

**РАЗРАБОТКА БРЕНДА КЛУБНОГО ЦЕНТРА
УДОВОЛЬСТВИЙ, ОТДЫХА, КРАСОТЫ, ЗДОРОВЬЯ,
СЧАСТЬЯ «ЭНДОРФИН»**

Краткое вступление, постановка проблемы, определение целей:

Согласно определению, бренд – это название, слово, выражение, знак, символ или дизайнерское решение, или их комбинация в целях обозначения товара или услуги конкретного производителя. В России часто путают два понятия: «торговая марка» и «бренд». Бренд – это некие добавочные свойства товара или услуги, отличающие его от товара или услуги конкурента.

Составляющие бренда: название (имя), логотип (символ бренда), особые признаки (то, что отличает его от конкурирующих товаров или услуг), слоган (кратко выраженный смысл отличия данного товара или услуги от конкурента). Все составляющие бренда воспринимаются потребителем целиком (это неделимый образ – гельштат), начиная от названия, заканчивая той рекламной компанией, которая существует у торговой марки.

Цель брендинга в том, чтобы заменить обозначение товара или услуги и придать ему те отличия, которые заставят покупателя его приобрести.

Актуальность данной работы заключается в нескольких аспектах, которые можно определить как смысл создания бренда:

- **Пакет качеств.** Бренд в сознании потребителя – это набор определенных качеств, которые им ожидаются от данного продукта и связанные с этим продуктом эмоциональные переживания. Грамотный брендинг позволяет в одном слове или изображении доносить до потребителя довольно большой объем информации о продукте.

- **Позиционирование.** С помощью бренда производят позиционирование продукта в целевом сегменте, то есть выделяют его среди продуктов-конкурентов, выгодно оттеняя то или иное качество, создавая настроение или необходимую эмоциональную окраску.

- Дополнительная прибыль. Продукт под хорошим, зарекомендовавшим себя брендом с удовольствием покупается по цене выше, чем у многих конкурентов. Потребители часто готовы платить за гарантию получаемых ими качеств продукта под брендом.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

А. С. ВАСИЛЬЕВА

Ивановский государственный университет

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ

Интерес к проблеме имиджа обусловлен необходимостью решения практических задач в сфере управления и коммуникаций. Использование знаний и навыков в формировании имиджа стало одним из важнейших критериев успешности профессиональной деятельности специалистов в области менеджмента, маркетинга, рекламы, связей с общественностью. При современном уровне развития производства и состоянии насыщенности рынка, конкурирующие фирмы предлагают покупателям большое количество однотипных товаров, не отличающихся своими потребительскими качествами. При этом главным фактором конкурентной борьбы становится благоприятное впечатление о товаре и компании-производителе, заключенное в созданном имидже.

Особенно востребованной в последние годы стала сфера технологий формирования имиджа организации. Данное направление имеет большую важность для решения проблем организации. Эффективность работы компании во многом зависит от успешности взаимодействия организации с собственными сотрудниками, партнерами, потребителями. Это требует от менеджеров компаний планирования как внутренней деятельности по улучшению имиджа компании, так и внешней деятельности для информирования общественности о компании и ее достижениях.

Вместе с тем большинство современных методик, применяемых в области работы с имиджем организации, не имеют достаточной теоретической проработки, часто представляют собой лишь набор эклектичных практических рекомендаций, не выходящих на уровень научного обобщения. В связи с этим одной из важнейших задач исследований имиджа организации является преодоление разрыва между практической деятельностью по формированию имиджа

организации и теоретическими знаниями, накопленными в различных областях.

Также не стоит забывать о том, что эффективность деятельности предприятия во многом зависит от мнения о нем потребителей. Поэтому так важен внешний имидж. Имидж формируется и внедряется в сознание потребителей для достижения определенных целей. При этом происходит постоянное сравнение предприятий друг с другом.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

Ю. Д. ЗАЙЦЕВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Обеспечение конкурентоспособности предприятий на высокоразвитом рынке сегодня может быть достигнуто только на основе полномасштабной реализации комплекса маркетинга и, в первую очередь, благодаря эффективному управлению товарной политикой. Товарная политика является важной составляющей комплекса маркетинга, обеспечивающей достижение целей предприятия за счёт предоставления потребителю необходимых ему товаров и услуг. Очевидно, что структура и особенности формирования и реализации товарной политики существенно зависят от состояния внешней среды рассматриваемого предприятия и имеющихся у него ресурсов.

Товарная политика является ядром маркетинговых решений, вокруг которого формируются другие решения, связанные с условиями приобретения товара и методами его продвижения от производителя к конечному покупателю. Товарную политику невозможно отделить от реальных условий деятельности предприятия – изготовителя, специфики его профиля.

Управление товарной политикой необходимо рассматривать как целенаправленное воздействие на объекты, процессы и на людей, участвующих в них, осуществляемое с целью придать определенную направленность деятельности, реализовать программу практических действий по развитию и непрерывному совершенствованию конкурентных преимуществ и получить желаемые результаты.

В условиях быстро меняющихся рыночных отношений становится очевидным, что управление предприятием с помощью грамотно сформированной товарной политики принесет необходимый

эффект только в том случае, если будет обеспечен механизм системы эффективного управления товарной политикой.

Конечной целью товарной политики является увеличение прибыли предприятия за счет роста продаж, достижения определенного уровня рентабельности, занятия лидирующих позиций на рынках, увеличение доли рынка, создания имиджа продукта или марки, рационализации процессов производства и т.д.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

В. Е. КОЛЕГОВА

Ивановский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ И СОХРАНЕНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

В современном, постоянно развивающемся мире, где среди организаций ведется борьба за внимания каждого отдельного потребителя. Условия рынка требуют чего-то большего, постоянного движения. Существует целый ряд необходимых условий для достижения успеха. Среди них и имидж организации. Известен факт, что компании, которые сформулировали для себя лишь финансовые цели, как правила, не достигают финансовых результатов, каких достигают компании с более широким диапазоном ценностных установок. Конкретнее этот более широкий диапазон ценностей можно определить, как идеологию компании, ее корпоративный имидж.

Имидж – не точное и однозначное отражение достоинств и характеристик предприятия, а спроектированный специалистами образ, в основе которого лежат и реальные, объективные черты и, кроме того, черты, привнесенные для формирования соответствующего образа. Значимость позитивного имиджа сегодня резко возрастает в силу разных причин, и прежде всего, из-за неуклонного повышения влияния коммуникативных потоков на жизнь каждого человека.

Нужно отметить, что имидж также должен быть адекватен реально существующему образу и быть адресован конкретной группе потребителей, при этом оставаясь пластичным и динамичным. Не следует забывать, что при практически идентичных качествах продукции разных производителей, конкурентная борьба ведется не столько между видами продукции, сколько между их имиджами. Тут следует отметить, что качество и конкурентоспособность товаров и услуг – важный фактор формирования позитивного имиджа компании.

В борьбе за потребителя фирмы стремятся выделить свои услуги и продукцию среди конкурентных аналогов за счет цены, оригинальной подачи, уникальных характеристик и т. п. Если продукция компании действительно помогает решить задачу клиента, приносит реальную пользу, то у фирмы есть отличный шанс выбиться в лидеры в своей сфере деятельности.

Продукция и предприятие, не обладающие своим имиджем или имеющие плохой имидж, не может рассчитывать на успех на рынке.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

Т. В. МУРАТОВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ – ЗАЛОГ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Качество – понятие многоплановое, обеспечение его требует объединения творческого потенциала и практического опыта многих специалистов.

Проблема повышения качества может быть решена только при совместных усилиях государства, федеральных органов управления, руководителей и членов трудовых коллективов предприятий. Важную роль в решении этой проблемы играют потребители, диктующие свои требования и запросы производителям товаров и услуг.

Основой конкурентоспособности является требуемый уровень качества продукции, для достижения которого нужна соответствующая материальная база, квалифицированный и заинтересованный персонал и четкая организация работ по управлению качеством. Решающее значение в организации работ по качеству имеет позиция руководителей предприятий, их отношение к качеству выпускаемой продукции и услуг.

Чтобы продукция была конкурентоспособной необходима постоянная, целенаправленная, кропотливая работа товаропроизводителей по повышению качества, систематически осуществляемый контроль качества, другими словами можно сказать, что любое предприятие, желающее укрепить свои позиции в жесткой конкуренции и максимизировать свою прибыль должно уделять большое внимание процессу управления качеством.

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

П. С. НУЖИНА
Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ООО «РИЖСКИЙ ХЛЕБ»

В условиях современной рыночной экономики реклама является неотъемлемой частью деятельности предприятия. Главной функцией рекламы является коммуникация между участниками маркетингового процесса – рекламодателем и потребителем. Поэтому многие организации уделяют особое внимание организации рекламной деятельности, с целью повышения эффективности и потребительского спроса.

Базой для исследования рекламной деятельности выступает общество с ограниченной ответственностью «Рижский хлеб». Данное предприятие относится к пищевой отрасли. Оно занимается производством и оптовой продажей хлеба и хлебобулочных изделий. Предприятие имеет узкую специализацию: изготовление хлеба на бездрожжевой основе. Ассортимент продукции насчитывает 14 позиций.

На предприятии отсутствует маркетинговый отдел, поэтому всеми вопросами организации и проведения мероприятий, связанных с рекламой занимается отдел продаж. К рекламной деятельности предприятия можно отнести: создание фирменного логотипа и упаковки; поддержку Интернет сайта; рассылку торговых предложений потенциальным клиентам; разработку рекламных буклетов; презентационные мероприятия в местах продаж.

На сегодняшний день ООО «Рижский хлеб» ставит своей целью расширение круга сбыта продукции и увеличение объемов продаж. Для осуществления этих целей необходимы дополнительные маркетинговые мероприятия.

По итогам анализа рекламной деятельности предприятия нами был выдвинут ряд предложений по совершенствованию с целью достижения поставленных целей. В частности, предложена разработка рекламной кампании.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

Д. И. ПЕТРОСЯН
Ивановский государственный университет

ВАЖНОСТЬ ИМИДЖА В ЖИЗНИ КОМПАНИИ

В мире существует множество компаний фирм и предприятий, которые различаются своей деятельностью и масштабом. Зная масштаб их деятельности, мы можем сложить картину, образ об этой организации. По-другому образ компании можно назвать имиджем.

Имидж – это искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Цель его создания – выработка определенного отношения к тому или иному объекту.

Тщательно продуманный имидж компании формирует положительный образ у потребителей, который становится узнаваемым, привлекательным, наделенным особым характером. Кроме того, формирование имиджа предприятия действует как важнейший фактор укрепления конкурентных позиций, способствует успешной деятельности предприятия в долгосрочной перспективе, подчеркивает компетентность менеджмента, увеличивает известность, что отражается на уровне продаж и облегчает распознавание продукции предприятия на рынке. В мировой практике создание имиджа предприятия рассматривается как одна из стратегических целей управления, которая считается не менее важной, чем внедрение новых технологий, стабилизация финансовой среды, найма персонала и расширение рынков сбыта.

Но одного желания иметь собственный имидж оказывается мало. Так многие компании, вливаясь в ряды тех, кто желает иметь свой индивидуальный образ, сталкиваются с серьезными проблемами, поскольку не утруждают себя выяснением смысла понятия «корпоративный имидж» и сущности стоящего за ним явления, особенностей его формирования, важности взаимодействия всех составных его элементов, его назначении, а главное, возможности применения с пользой. А те, кто осознает все это, нередко забывает о том, что мы живем в динамичном обществе, которое требует постоянных модификаций, добавления чего-то нового, интересного. «Если вы хотите победить в игре под названием имидж, не стоит почивать на лаврах – ведь, пока вы расслабляетесь, вас обходят соперники!» – Б. Джи.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Ю. Роднина

В. В. РУТКОВСКАЯ

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ

В экономической теории под поведением потребителя подразумевается процесс формирования рыночного спроса покупателей, осуществляющих выбор благ с учетом существующих цен. У потребителя неограниченные потребности и ограниченные ресурсы, что приводит его к необходимости выбора определенных видов благ. Полезность блага – это удовлетворение, которое испытывает человек в процессе потребления блага. Таким образом, потребитель выбирает благо, которое приносит наибольшую полезность. Но каким образом он делает свой выбор? Важнейшей задачей маркетинговых исследований является изучение личностных, культурных, социальных и психологических факторов определяющих поведение потребителей на рынке и характер покупок. Потребитель независим в своем выборе, однако маркетинг может повлиять на мотивацию и поведение, если предлагаемые изделия или услуги рассчитаны на удовлетворение нужд и ожиданий потребителя.

Для управления потребительским поведением современные менеджеры должны знать, почему люди выбирают именно их продукты, а не продукты конкурентов, понимать мотивы покупок и причины принятия решений. Покупка – результат процесса обработки информации. Существует множество различных средств передачи информации потребителю: личные продажи, прямой маркетинг, реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью. Для каждого продукта необходимо тщательно разрабатывать те методы, которые подходят конкретно данному товару на данном этапе его жизненного цикла.

Основным инструментом воздействия на потребителя является реклама. В зависимости от целей проведения рекламу можно разделить на информативную, убеждающую, напоминающую и поддерживающую. Эмоции и реклама взаимосвязаны, любое интересное или правильно эмоционально оформленное положение рекламы оказывает влияние на потребителя и его выбор. Можно выделить семь основных эмоций человека – зависть, любопытство, страх, любовь, жадность, тщеславие и чувство вины. При решении о покупке, потребители обязательно обращаются к эмпирическим (чувственным) воздействиям, что позволяет маркетологам управлять потребительским поведением.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

Е. В. ТИХОМИРОВА
Ивановский государственный университет

МОНИТОРИНГ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Для успешного функционирования организацией и ее руководства необходимо направлять ее деятельность и осуществлять систематическое руководство понятным способом. Этого можно достичь путем внедрения системы менеджмента качества и ее дальнейшего поддержания. СМК следят как за требованиями потребителей, так и за их выполнением, именно поэтому была введена такая мера как мониторинг СМК.

На рынке нужна продукция, которая бы удовлетворяла ожидания и потребности потребителей. Но следует учитывать, что ожидания и потребности потребителей изменяются, вследствие чего организации испытывают давление, создаваемое техническим прогрессом и, как следствие, конкурентной средой. Поэтому организации должны постоянно совершенствовать свои процессы и свою продукцию для поддержания и удовлетворенности своего потребителя. Один из инструментов менеджмента любой организации – СМК, которое дает гарантию высшему руководству самой организации и ее потребителям, что организация способна поставлять продукцию, полностью соответствующую требованиям. С целью достижения успеха и соответствующих результатов организации осуществляют мониторинг, что само по себе является фундаментальной основой модели СМК на основе стандарта ISO 9001:2000.

Проверка системы менеджмента качества дает возможность не только непрерывно отслеживать взаимосвязи результатов, но и реагировать на возникающие негативные тенденции. Мониторинг СМК условно можно поделить на такие процессы как:

- анализ документации СМК;
- анализ высшего руководства;
- мониторинг менеджмента ресурсов;
- мониторинг производства продукции;
- мониторинг закупок;
- мониторинг процессов улучшения;
- показатели удовлетворенности потребителя.

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

Д. А. ЯГОДА
Ивановский государственный университет

ПЛАНИРОВАНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ И КАЧЕСТВЕННОЙ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ

Учет имеющихся кадров в организации ведется по трем направлениям. Во-первых, проводится оценка и анализ состояния имеющихся или занятых в организации работников, определяется их количество, выявляются качественные показатели, такие как уровень и профиль образования, оптимальность загрузки работников, текучесть кадров, производительность их труда, оптимальное соотношение между работниками разных категорий. Эти мероприятия проводятся с целью использования внутренних источников для заполнения вакантных должностей, выявления неиспользованных резервов.

Численность персонала организации зависит от вида экономической деятельности, которой она занимается, масштабов, сложности, трудоемкости производственных процессов, степени их автоматизации, компьютеризации и механизации производственно-хозяйственных условий, что сложились в ней на определенный период времени.

Планирование персонала – это особый вид планирования, в котором самым важным является процесс обеспечения организации необходимым количеством квалифицированного персонала. К факторам, влияющим на кадровое планирование, относят: требования производства, стратегия развития предприятия; финансовые возможности предприятия, определяемый им и допустимый уровень издержек на управление персоналом; количественные и качественные характеристики имеющегося персонала и направленность их изменений в перспективе, и др. Следует начинать с оценки потребности в персонале как в количественном, так и в качественном плане.

Качественная потребность определяется уровнем квалификационных требований, предъявляемых к персоналу, т.е. профессией, специальностью и т.п. Она рассчитывается исходя из общей организационной структуры организации и подразделений, профессионального разделения труда в организации, отраженного в производственной нормативно-технической документации. Количественная потребность в персонале планируется путем определения его расчетной численности и ее сравнения с фактической обеспеченностью работниками в запланированном временном периоде.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Ю. Родина

Н. Н. БУРСИКОВА
Ивановский государственный университет

ЛИДЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕЙ

В динамичных условиях внешней среды к руководителю предъявляются новые требования, ему необходимо обладать спектром таких характеристик, в котором рутинные умения менеджера будут необходимы, но не достаточны. Поэтому в настоящее время лидерство является наиболее эффективным рычагом управления в организации.

Классификация лидерства весьма разнообразна. В зависимости от направленности влияния на реализацию целей организации лидерство делится на конструктивное, т.е. способствующее осуществлению целей организации; деструктивное, т.е. формирующееся на базе стремлений, наносящих ущерб организации, и нейтральное, т.е. не влияющее непосредственно на эффективность производственной деятельности.

Каждый руководитель должен обладать лидерским потенциалом, поскольку навыки лидера позволяют интуитивно выбрать наиболее оптимальное направление развития предприятия, грамотно определить цели и оценить возможности их реализации. Лидерство в данном случае является дополнительным механизмом мотивационного воздействия, т.к. лидеру персонал готов подчиняться без дополнительных вопросов и сомнений.

Лидерство очень тесно связано с организационной культурой. Лидерский стиль должен адаптироваться к организационной культуре и по возможности влиять на нее. С учетом того, что организационная культура большинства российских предприятий несет в себе элементы патернализма, т.е. ярко выражена потребность персонала в защите со стороны руководства, то этот момент является важным фактором в формировании эффективного лидера. К сожалению, традиции патернализма определенно утрачены и подавлены чрезмерным использованием административного ресурса.

Лидерство должно быть рассмотрено не только как инструмент управления ценностями, но и как инструмент управления целями. Дело в том, что цели обладают определенными мотивационными характеристиками. В соответствии с теорией Локка и Латема к этим характеристикам относятся: сложность; специфичность; приемлемость;

приверженность. В современных условиях наиболее значимый параметр – приверженность, который не формируется автоматически, а требует дополнительного подкрепления, и таким подкреплением выступает лидерский потенциал руководителя.

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

Э. Г. ВЛАДИМИРОВА

Ивановский государственный университет

СОЦИАЛЬНЫЙ МЕДИА МАРКЕТИНГ КАК ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

С развитием технологий интернет стал важной частью жизни людей. Практически каждый современный человек хотя бы один раз в день использует интернет для просмотра почты, общения с друзьями через социальные сети, просмотра видео и прослушивания музыки, шоппинга, чтения или поиска необходимой информации. И этот факт не мог быть проигнорирован маркетологами, использующими в своей работе все возможные площадки и способы для привлечения внимания потребителя и исследования рынка.

Интернет позволил расширить рынки сбыта продукции, наладить обратную связь с покупателем, привлечь новых потребителей и существенно удешевить затраты на рекламу, расширив при этом ее охват. Как известно, все новое зачастую требует новых методов и приемов работы с ним. И этот случай не исключение – поэтому появился СММ – Социальный Медиа Маркетинг. Социальный Медиа Маркетинг – комплекс мероприятий, направленных на привлечение внимания к бренду, продукту, услуге и даже конкретным людям, использующий для этого возможности социальных медиа (сайты, блоги, социальные сети и т.п.). Однако основным отличием СММ от рекламы, помимо сокращения денежных затрат, является то, что в случае Социального Медиа В работе рассмотрены основные приемы СММ в разных социальных сетях и приведена статистика посещаемости для социальных сетей на 2014 год с учетом возрастного деления посетителей. Так, например, для русскоязычного интернета, социальная сеть «ВКонтакте» - самая посещаемая пользователями всех возрастов и, как следствие, является одной из главных площадок для Социального Медиа Маркетинга. Также приведены средняя продолжительность посещения каждой социальной сети пользователями с делением по возрастным группам. На «Вк» в среднем приходится от 21-63 минут в день, в зависимости от возраста

посетителя. Также для наглядности, приведены конкретные примеры Социального Медиа Маркетинга.

Таким образом, СММ – важный инструмент современного маркетинга, объединяющий как классические приемы маркетинга, так и абсолютно новые, продиктованные распространением сети Интернет.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Ю. Роднина

И. П. КОЛЕВА

Ивановский государственный университет

ОБЪЕКТИВНЫЕ И СУБЪЕКТИВНЫЕ КРИТЕРИИ АДАПТАЦИИ НОВЫХ СОТРУДНИКОВ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Адаптация новых сотрудников является важнейшим направлением развития персонала промышленных предприятий, значимым как в условиях экономического роста, так и экономического кризиса. Чем быстрее и полнее новые сотрудники войдут в новую работу и новый коллектив, тем лучше для них самих и для предприятия (организации).

Важнейшим элементом системы адаптации новых сотрудников является перечень объективных и субъективных критериев адаптации. Объективные критерии - показатели эффективности и качества трудовой деятельности, активность работника во всех сферах жизни коллектива. Субъективные критерии характеризуют самочувствие сотрудника в сфере труда и отражают его желание работать на предприятии (потенциальная текучесть) и удовлетворенность трудом. При этом с основанием можно утверждать не только о значимости объективных и субъективных критериев, но и о минимально допустимых их значениях.

Предельными значениями объективных критериев являются выполнение трудовых норм и незначительный удельный вес выпуска бракованной продукции (для рабочего персонала), отсутствие грубых ошибок при подготовке проектов решений и иной документации (в т.ч. отчетной), серьезных нарушений сроков ее представления (для специалистов), отсутствие у руководителей грубых ошибок управления (ошибок выбора решения, ошибок организации его выполнения).

Предельными значениями субъективных критериев следует признать отсутствие неудовлетворенности трудом или наличие слабой степени неудовлетворенности отдельными факторами трудовой деятельности, средние уровни значений силы и устойчивости мотивации к сохранению занимаемой должности (рабочего места). Особое внимание

при анализе уровня адаптации новых сотрудников следует уделить выявлению внутренней мотивации трудовой деятельности.

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

Л. М. ЛИЛИНА

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Проблемы мотивации работников предприятий всегда были и остаются наиболее актуальными. Система материального стимулирования широко используется для повышения трудовой активности персонала. Она включает в себя различные формы, такие как, премирование за текущие результаты хозяйственной деятельности, доплаты и надбавки, различные единовременные поощрения за результаты труда и социальные выплаты. Т.е. все виды денежных выплат и все формы материального неденежного стимулирования.

Совершенствование материального стимулирования работников обеспечивает рост не только экономической, но и социальной эффективности, которая является важнейшей предпосылкой благополучия предприятия и его работников. Основная цель совершенствования системы материального стимулирования – обеспечение реализации стратегических целей предприятия. Следовательно, необходимым условием создания эффективной системы материального стимулирования является определение стратегических целей предприятия и выбор системы, которые ориентируют сотрудников на реализацию целей. Каковы бы не были наши взгляды на трудовую мотивацию, вряд ли можно отрицать, что денежное вознаграждение сотрудникам играет исключительно важную роль в привлечении, мотивировании и сохранении в организации необходимой ей рабочей силы. Неэффективная система материального стимулирования может вызвать у работников неудовлетворенность, что влечет за собой снижение производительности труда, падение качества продукции, нарушение дисциплины. Поэтому каждый руководитель, должен задуматься над тем, чтобы на предприятии существовала совокупность мероприятий, обеспечивающих создание таких условий, при которых каждый рабочий и служащий, имел бы возможность получать те или иные блага, необходимые для удовлетворения потребностей, в зависимости от его личного вклада в общественное производство и был заинтересован в повышении эффективности своего труда.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

Е. А. ОСИПОВИЧ

Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ РИСКОВ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

На современном этапе рыночной экономики одним из актуальных вопросов для любых предприятий в том числе и для промышленных является своевременная оценка и регулирование коммерческих рисков. Для того чтобы снизить степень рисков следует использовать определенные меры, направленные на их снижение, ликвидацию. Изучение рисков позволяет максимально прогнозировать наступление рискового случая. В идеале управление рисками на фирме должно осуществляться отдельным структурным подразделением, возглавляемым риск-менеджером.

Как уже выше было отмечено проблема управления коммерческим риском является актуальной, т.к. производственно-хозяйственная деятельность предприятия связана прежде всего с опасностью возникновения непредвиденных потерь. «Коммерческий риск» - риск, связанный с хозяйственной деятельностью предприятия и с ее конечным финансовым результатом или это угроза того, что предприниматель понесет возможный ущерб или убытки (потери) в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал. Фактор риска может возникнуть и оказывать свое воздействие на промышленное предприятие, независимо от степени его устойчивости на рынке. Это воздействие, как правило, носит негативный характер и может довести предприятие до кризиса. Однако, ситуация осложняется во много раз, когда риски возникают на предприятии уже находящемся в кризисе. В кризисных условиях у предприятия велика вероятность оказаться банкротом; отсутствуют условия и возможности для нормального производства, финансовых операций и других важнейших аспектов работы любого промышленного предприятия.

В России многие промышленные предприятия сталкиваются в определенной степени с коммерческими рисками. Те, кто вовремя не успели предвидеть возникновение данного риска и устранить его стали банкротами и ушли с рынка. Как показывает опыт отечественных предприятий не все организации обладают теми необходимыми знаниями в области управления рисками (особенно коммерческими рисками).

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

Я. С. РЫБАКИНА

Ивановский государственный университет

РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА

Ничто в нашей жизни не может существовать бесконечно, и товар на рынке тоже не вечен. Товары, как и люди, рождаются, взрослеют, умирают - проживают свою маленькую жизнь, называемую жизненным циклом товара. К любому товару на рынке применимо понятие жизненного цикла и реклама проходит этот путь вместе с ним.

На каждом этапе жизненного цикла товара перед рекламной кампанией стоит множество конкретных задач в области сбыта, коммуникаций и имиджа. Необходимость в дифференциации рекламной кампании по стадиям ЖЦТ обуславливается тем, что экономическая и конкурентная среда изменяется в каждой фазе ЖЦТ, структура издержек изменяется при переходе от фазы к фазе. В связи с этим, при планировании рекламной кампании нужно определять цель, методы, виды и задачи рекламного воздействия.

Наиболее понятными представляются задачи и особенности рекламных мероприятий в условиях классического варианта ЖЦТ. Выведение товара на рынок требует использования информационной вводящей рекламы, т.к. на этой стадии решается судьба товара на рынке. На стадии роста реклама становится наступательной и агрессивной. Эта жизненная фаза товара поддерживается очень сильным рекламным прессингом, чтобы обеспечить товару известность на рынке, хотя в целом реклама становится более конкретной и разъясняющей. Когда же товар занял свое место на рынке, наступает стадия зрелости. В этот период, а также в период насыщения, необходимо сохранить позицию товара и постараться ее расширить - используется напоминающая поддерживающая реклама. При угрозе спада спроса на товар реклама, как правило, прекращается.

В условиях высококонкурентного и инновационного рынка жизненный цикл любого товара рано или поздно заканчивается, и он вытесняется с рынка более совершенным товаром. Но ЖЦТ можно эффективно управлять с помощью грамотной рекламной кампании в том числе.

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

УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

В современном менеджменте значение мотивации огромно потому, что успех и эффективность функционирования любой организации напрямую зависит от самореализации каждого её сотрудника в процессе трудовой деятельности. Самым важным ресурсом компании являются её сотрудники. Однако далеко не каждый руководитель понимает, как трудно управлять этим ресурсом. Для этого необходимо четко понимать смысл понятия «мотивация».

В менеджменте мотивация разделяется на две основных составляющих: внутреннюю и внешнюю. Внутренняя мотивация – это многоступенчатый процесс побуждения работников к продуктивному труду, исходя из мотивов каждого сотрудника. Что касается внешней мотивации, здесь работодателям предстоит найти и создать стимулы, располагающие к наиболее эффективной трудовой деятельности. На сегодняшний день имеется большое количество факторов, заставляющих человека работать. Важнейшим фактором трудовой мотивации на предприятии является заработная плата. Но в отличие от материальных составляющих любого производства, каждый работник имеет собственные представления о жизни, свои цели и потребности.

В менеджменте существует большое количество различных теорий мотивации. Главное их предназначение – это выяснение того, удовлетворение каких именно потребностей побуждает человека к активным действиям. Разнообразные теории мотивации делятся на две группы: Содержательные, которые основываются на идентификации тех внутренних побуждений, потребностей, которые заставляют людей действовать так, а не иначе. Основные содержательные теории: теория А. Маслоу, теория Альдерфера, теория Мак-Клелланда, двухфакторная теория Герцберга. Процессуальные, которые основываются на том, как ведут себя люди с учётом их восприятия и познания. Основные процессуальные теории - это теория ожидания, теория справедливости, модель мотивации Портера – Лоулера.

Таким образом, мотивация является неотъемлемой частью в достижении поставленных руководителем задач и продуктивной работы организации.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

Н. А. ЧУРБАНОВ
Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ И УЛУЧШЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Все люди находятся в равных условиях перед временем. Каждый человек имеет одинаковое количество времени в сутках, а именно 24 часа. При своей, казалось бы, неограниченности, время является достаточно ограниченным ресурсом, что характеризует его специфичность. Всю его ограниченность можно полностью проследить при выполнении задач, решении различных вопросов. В таких ситуациях каждый человек по-разному расходует свое время. Одни люди достаточно эффективно затрачивают время на решение различного рода вопросов, а другие нет. Поэтому улучшение использования рабочего времени является в настоящий момент актуальной проблемой миллионов людей.

Особое значение проблема управления рабочим временем является для руководителей различных уровней. Два руководителя при выполнении абсолютно одинаковых задач могут выполнить их в разные сроки. Причины могут быть разными: постоянное отвлечение от дел телефонными разговорами или беседами с коллегами, неумение планировать рабочий день, неумение расставлять приоритеты, выполнение работы, которая могла бы быть делегирована специалистам с более низкой квалификацией и др. Наличие данных потерь приводит к увеличению сроков выполнения задач, что свидетельствует о нерациональном использовании рабочего времени руководителем. Поэтому на сегодняшний день главной задачей для руководителя является овладение навыками управления временем, что в свою очередь приведет к повышению личной эффективности.

В настоящее время рационально использовать рабочее время можно научиться с помощью применения в работе различных техник тайм-менеджмента. Также для снижения влияния различных поглотителей рабочего времени, необходимо постоянно проводить хронометраж, который позволит снизить затраты времени на ненужные перерывы и повысить эффективность.

Каждый руководитель должен научиться управлять временем. Ведь умение управлять своим временем является неотъемлемой составляющей личной эффективности.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ

На деятельность организации оказывают влияние многочисленные факторы внешней и внутренней среды, действия которых предвидеть с достаточной степенью вероятности не всегда удается. Контроль относится к числу тех функций управления, сущность которых не всегда правильно понимается людьми. Слово “контроль”, как и слово “власть”, вызывает чаще всего отрицательные эмоции, т.к. воспринимается, прежде всего, как ограничение, принуждение. Так что же такое контроль?

Контроль - это процесс, обеспечивающий достижение целей организации. Он необходим для обнаружения и разрешения возникающих проблем раньше, чем они станут слишком серьезными, и может также использоваться для стимулирования успешной деятельности.

Выделяют три вида контроля: предварительный, текущий и заключительный. Все они имеют одну и ту же цель: способствовать тому, чтобы фактически получаемые результаты были как можно ближе к требуемым.

Так же, в процессе контроля есть три четко различимых этапа: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов и принятие необходимых корректирующих действий.

Контроль осуществляют люди и направлен он на деятельность людей. Поэтому без учета их психологии и особенностей поведения строить его систему нельзя. Существует два вида контроля: внешний и внутренний. Идея внешнего контроля заключается в том, что люди лучше выполняют свои обязанности тогда, когда их деятельность находится под постоянным контролем, и при этом точно знают, какое поощрение получит за хорошо выполненную работу и какое наказание понесет за плохую работу. По-другому выглядит система внутреннего контроля, основываясь на коллективном определении цели организации и ее подразделений. Этот контроль служит не для того, чтобы зафиксировать ошибки, а для того чтобы предотвратить их.

Таким образом, контроль не только позволяет выявлять проблемы и реагировать на них так, чтобы достигнуть намеченных целей, но и помогает руководству решить, когда нужно вносить радикальные изменения в деятельность организации.

Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. О. Ю. Гурьева

И. С. ШАХОВ

Ивановский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ

Имидж (англ. image - образ) руководителя - это его образ, устойчивое представление об отличительных или исключительных характеристиках, придающих ему своеобразие и выделяющих его из ряда других людей.

Можно выделить следующие составляющие имиджа руководителя организации:

- персональные характеристики: физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений;

- социальные характеристики: статус руководителя организации, который включает не только статус, связанный с официально занимаемой должностью, но также и с происхождением, личным состоянием;

- личная миссия руководителя: своего рода конституция, выражающая стратегическое видение руководителя;

- ценностные ориентации руководителя: наиболее важные предположения, принимаемые руководителем организации и оказывающие воздействие на организационную культуру организации.

Помимо основных составляющих на имидж руководителя влияют и другие не менее важные характеристики, о которых многие лидеры современных организаций иногда забывают. К ним относятся такие лидерские навыки как: отсутствие боязни в принятии решений, умение слушать, умение сосредоточиться на главном, умение связывать затраты и цель, умение определить реальность для своих подчиненных, умение держать слово и полностью выполнять свои обязанности, умение поддерживать со своими подчиненными и партнерами крепкие отношения.

Подобные навыки, приобретенные в результате практического опыта, помогут руководителю справляться с кризисными ситуациями, воодушевлять своих сотрудников и стимулировать их на усердие в работе.

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

Секция
**«СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В НАУКЕ, ОБРАЗОВАНИИ И БИЗНЕСЕ»**

Н. А. АНДРЕЕВА
Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА УРОВНЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ГОССЕКТОРА

Ни для кого не секрет, что интернет повлиял на привычную для человека деятельность. В современном мире, люди уже немислимы без гаджетов, сложно представить бухгалтеров без информационной системы 1С, а студента без информации в интернете. Информатизация затронула предприятия различных сфер деятельности. Сегодня в сети человек может найти все, что ему нужно: заказать одежду или крупногабаритную технику, получить онлайн консультации юриста и многое другое. Влияние информационных технологий затронуло и самую главную сферу общества – государственный сектор. В России создается электронное правительство.

На данный момент информатизация госсектора уже достаточно продвинулась. Любой человек может зайти на портал госуслуг и получить необходимую информацию, например, оформить загранпаспорт без очередей. Также развиваются системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) и межведомственного электронного документооборота (МЭДО), без которых говорить об электронных госуслугах не имело бы смысла.

СМЭВ — информационная система, которая позволяет федеральным, региональным и местным органам власти в электронном виде обмениваться данными, необходимыми для оказания государственных услуг гражданам и организациям. Эта система нацелена на повышения качества оказания государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций за счет использования общих информационных ресурсов, уменьшения времени на поиск и обработку информации в электронной форме.

МЭДО - федеральная информационная система, предназначенная для организации взаимодействия систем электронного документооборота (СЭД) участников межведомственного электронного документооборота. Эта система предназначена для повышения эффективности управления в органах

государственной власти за счет сокращения времени на обмен документами между организациями и ведомствами.

Все это только начало, влияние ИКТ на госсектор стремительнее, чем можно себе представить.

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

В. А. АНОХИНА, К. А. БАРЫШЕВА
Ивановский государственный университет

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СТРУКТУРЕ ONLINE-КУРСА ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА»

Пакет «Moodle» – система управления содержимым сайта, специально разработанная для создания online-курсов. ФГБОУ ВПО «ИвГУ» в соответствии с действующим законодательством должен разработать курсы онлайн-обучения для студентов. Кроме того, наш вуз при реализации образовательных программ должен использовать электронное обучение, дистанционные образовательные технологии при всех формах получения образования.

На данный момент каждый преподаватель кафедры обязан подготовить учебные дистанционные курсы по своим дисциплинам. Преподавателю в «Moodle» предоставлено большое разнообразие модулей (элементов курса), которые могут быть использованы для создания курсов любого типа. Так, дистанционные курсы, разработанные с использованием средств системы дистанционного обучения «Moodle» могут включать в себя: ресурсы, активные элементы, задания, рабочую тетрадь, опрос, базу данных, семинар, урок, тесты. В курсе дистанционного обучения для студентов направления «Прикладная информатика» должны присутствовать, на наш взгляд, следующие элементы (рассмотрим структуру онлайн-курса на примере дисциплины «Экономика и организация предприятия» в разрезе тем):

1. Текстовые лекции: к легким и небольшим темам и как дополнительный материал к остальным темам, например, к теме «Нормирование труда».

2. Презентации: к темам с большим количеством графиков, рисунков и схем, например, к теме «Классификация издержек предприятия».

3. Видео-лекции: к сложным темам с решением задач, объяснением формул, например, к теме «Оборотные средства и анализ их использования».

4. Аудио-лекции: как сопровождение к большим по объему темам, например, к теме «Организация производственного процесса на предприятии».

5. Онлайн-конференции по разбору возникших вопросов и проблем.

Научный руководитель: ст. преподаватель А. В. Романова

Е. Н. БЕЛОУСОВА

Ивановский государственный университет

ПРАКТИКА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕШЕНИИ ВОПРОСА ЗАКОННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ DLP-СИСТЕМ

Системы защиты от утечки конфиденциальной информации (Data Loss Prevention, далее – DLP) предназначены для отслеживания действий пользователя путем анализа их коммуникаций через e-mail, социальные сети, чат и т.д. При этом законодательство РФ, включая Конституцию и федеральные законы, устанавливает, что запись и хранение личной переписки без согласия ее участников является противозаконным деянием. Таким образом, можно допустить вероятность нарушения прав человека предприятиями, использующими DLP-системы.

Проведенный анализ открытых источников показал, что на данный момент в России можно выделить следующие три типа поведения предприятий относительно использования DLP-систем:

1. Предприятия, «игнорирующие» законы. Функционал DLP-систем используется в полном объеме.

2. Предприятия, указывающие в трудовом договоре, дополнительном соглашении или иных внутрифирменных документах пункт о согласии сотрудников на отслеживание всей их переписки. Подобное действие оправдывается тем, что нарушения прав человека в части соблюдения тайны личной переписки нет, так как в рабочее время сотрудником может вестись только рабочая переписка, а не личная.

3. Предприятия, позиционирующие использование DLP-системы с ориентацией только на отслеживание персональных данных своих сотрудников и клиентов.

Достаточно интересен, на наш взгляд, следующий факт: Николай Федотов, главный аналитик компании «InfoWatch», являющейся одним из лидеров российского рынка производителей

DLP-систем, не отрицает того, что использованием DLP-систем нарушает конфиденциальность личных сообщений, которая гарантирована Конституцией.

На данный момент, пожалуй, самым простым и легальным вариантом решения проблемы, заключающейся в противоречии между Конституцией и практикой отечественного бизнес-сегмента, мы видим блокировку в поставляемой версии ПО ряда функций DLP-систем, противоречащих законодательству РФ. Предложение о блокировке может исходить от компании-разработчика.

Научный руководитель: ст. преподаватель А. В. Романова

Е. Г. БОЛОТИНОВА

Ивановский государственный университет

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В УСЛОВИЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТК «ДОБРОЕ УТРО»

Компания «Доброе утро» - фирма, специализирующаяся на производстве текстильных товаров и торговли оптом и в розницу. Кроме того, компания принимает заказы на выполнение индивидуальных заказов.

Предприятие нуждается в эффективном планировании подборе и занятости персонала, учете кадров и анализе штатного состава. Необходима автоматизация комплекса трудоемких расчетов с персоналом, включая расчеты по оплате больничных листов и отпусков и формирование документов на выплату зарплаты и отчетности в государственные контролирующие органы, расчета регламентированных законодательством начислений и удержаний, отражение результатов расчетов в затратах предприятия.

Для решения вышеперечисленных проблем разработано и применяется прикладное решение «1С: Комплексная автоматизация 8», которое оптимизирует и упрощает многие задачи работника кадровой службы.

В прикладном решении «1С: Комплексная автоматизация 8» практически все виды начислений оплаты труда, используемых на предприятиях, и связанных с ними удержаний, налогов и взносов выполняются в автоматическом режиме. Конфигурация содержит достаточный набор предопределенных видов начислений и удержаний. В частности, предусмотрены начисления по нескольким видам отпусков и в зависимости от специфики производства простоев в

рабочее время, а так же, например, при удержании алиментов и др. Но пользователи могут добавлять неограниченное количество собственных видов начислений и удержаний.

Конфигурация автоматически справляется со сложными ситуациями, когда информация о причинах отсутствия работника вносится несколько раз. При регистрации отсутствия работника по невыясненной причине зарплата за период отсутствия начислена не будет. После внедрения системы в условиях торговой компании «Доброе утро» кадровая служба получит ценный инструмент автоматизации рутинных задач, в том числе дополнительного анкетирования и подготовки отчетов о работниках с различными условиями отбора и сортировки.

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

Н. Э. ДОБРЕНЬКАЯ

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ «ПС: МЕБЕЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО»

Первейшим условием построения эффективного мебельного производства является комплексная автоматизация. Важнейшим элементом системы управления предприятием является планирование.

На практике большинство предприятий уделяют мало внимания системе планирования ресурсов производства. В связи с этим, наблюдаются частые простои производства, недоукомплектовка заказов и т.п. Все это срывает сроки поставки готовой продукции клиентам, что негативно сказывается на имидже компании. Выходом из сложившейся ситуации является внедрение прикладного решения на платформе "1С: Предприятие 8" , а именно "ПС: Мебельное производство". Это компактная, но функциональная программа автоматизации мебельного производства, которая позволяет решать задачи различной степени сложности - от автоматизации одного рабочего места до создания информационных систем масштаба предприятия.

Автоматизация мебельного производства имеет ряд специфических особенностей. На большинстве мебельных производств имеет место совмещение "показаказного" производства с "серийным". Готовая продукция, зачастую является уникальной и выпускается под конкретный заказ. При этом на предприятии

существует определенный ассортимент стандартных полуфабрикатов, а также готовой продукции, выпускаемых «на склад» партиями. Мебельное производство, как правило, характеризуется относительно короткими производственными циклами при существенном количестве выполняемых технологических операций.

В данной системе предусмотрено «авто-планирование» продукции, выпускаемой под заказ, и полуфабрикатов в производство – под конкретный заказ покупателя автоматически создается «цепочка» заказов на производство, позволяя добиться эффективного управления таким производством. При этом система обеспечивает высокую детализацию производственного учета, контроль исполнения оперативного плана производства и внесение необходимых корректировок.

Таким образом, удастся снизить уровень простоя оборудования и специалистов, сократить сроки выполнения заказов, и оптимизировать движения материалов.

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

Л. В. ЕВСЕЕВ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ SCRUM-ИНСТРУМЕНТОВ В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ ИТ-ПРОЕКТАМИ

Сегодня такие вендоры, как Apple, Google, Valve используют SCRUM в качестве основного подхода к управлению ИТ-проектами. Высокие прибыли этих корпораций наглядно показывают пользу и эффективность использования Agile-методологии.

Тем не менее, излишняя нарочитая консервативность project-менеджеров российских ИТ-компаний препятствует освоению и адаптации Agile. Действительно, достаточно трудно отойти от целого ряда дополнительных согласований, излишней бюрократизации и волокиты, ожидания исполнения других операций, закладываемого в изначальное планирование проектных мероприятий. В итоге работа проектной команды на результат сводится к «заделыванию брешей» и управлению потерями.

Применение таких SCRUM-инструментов, как Sprint, Backlog и Meetings будут способствовать повышению продуктивности команд разработчиков, улучшению коммуникации между ними, руководителями отделов и непосредственными заказчиками проектов.

Разбиение проектов на небольшие задачи с использованием одинаковых по времени итераций, с четкими результатами по истечению каждой, помогут оптимизировать процесс разработки, а также сфокусировать команды разработчиков на выполнении конкретных задач, а не над хаотичными частями проекта.

Например, часть российских ИТ-компаний, работающих в условиях уникальных или закрытых отраслей, используют каскадную схему исполнения ИТ-проекта. Положительная сторона этой модели – организованность и снижение рисков при разработке крупных проектов. Отрицательная сторона – управление проектами в ущерб бюджету, качеству и срокам. Применение гибридной методологии управления проектами с использованием нескольких SCRUM-инструментов помогут избежать этих недостатков.

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

Н. В. ЕГОРОВА, Е. М. ТОЛСТОВА
Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ САЙТА ИВАНОВСКОГО АВТОВОКЗАЛА

Анализируя сайт автовокзала, мы выявили ряд недостатков, которые хотели бы вынести на обсуждение. Итак, при первом же взгляде на главную страницу сайта нами была отмечена скучная цветовая схема, выбивающаяся из фирменного стиля компании (если он вообще есть). Далее, при более углубленном изучении, мы столкнулись с проблемой навигации по сайту. Пункты меню не совсем ясно передают содержание находящейся в них информации.

Мы предлагаем внести следующие изменения:

1) разделить некоторые разделы на подразделы, например, в разделе «Новости» выделить подразделы «Строительство» (информация о строительстве нового здания автовокзала) и «Изменения в рейсах» (эта информация, безусловно, должна быть продублирована на главной странице сайта);

2) сделать раздел «Билеты», где будет указано количество оставшихся билетов и их стоимость;

3) вынести полное расписание движения транспорта в самостоятельный раздел;

4) создать раздел «Отзывы и обсуждение», чтобы посетители могли оперативно узнать о работе сайта и самого автовокзала и оценить ее;

5) перейти к использованию полного датирования данных;

6) наладить работу размещенных, но не активных кнопок, отвечающих за возврат на главную страницу сайта, увеличение масштаба страницы и обратную связь с администраторами сайта;

7) добавить функционал, отвечающий за перевод страниц сайта на английский язык, и кнопку перехода на версию сайта для людей с нарушением зрения;

8) создать систему поиска и сделать возможным переход на предыдущую страницу;

10) организовать возможность онлайн-просмотра документов.

Реализация указанных предложений, на наш взгляд, поможет сделать сайт более информативным и повысит его посещаемость. Ответственность за актуализацию данных ляжет на работников касс (за счет высвобождения времени их работы на телефоне).

Научный руководитель: ст. преподаватель Романова А. В.

Р. Ш. ЖАФЯРОВ, А. Ю. ЖУРАВЛЕВ
Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СЕРВИСОВ ЕДИНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ

В рамках программы «Электронное общество», в Костромской области в 2014 году состоялся запуск в эксплуатацию Единой Государственной Информационной Системы Здравоохранения (ЕГИСЗ). В докладе анализируются основные отличительные особенности ЕГИСЗ от традиционных информационных систем.

1. ЕГИСЗ - комплексная система, в которую входят как обновление аппаратных средств, так и внедрение программных продуктов. Первоочередной задачей системы является связь техники, имеющейся в учреждениях здравоохранения и медицинских организациях в Ведомственную Сеть Передачи Данных (ВСПД). После выполнения этой задачи, проект переходит на ступень программной части.

2. ЕГИСЗ - набор облачных сервисов, каждый из которых является отдельной системой. Основное требование к системе, прописанное в техническом задании - "однократный ввод и многократное использование первичной информации". Согласно требованиям Министерства Здравоохранения РФ, в рамках внедрения

ЕГИСЗ, осуществляется необходимость интеграции системы с федеральными сервисами.

3. В работе системы задействовано большое количество ответственных лиц - от руководителей системы здравоохранения региона до регистраторов и медицинских сестер. Для корректной работы системы все лица, ответственные за работу в системе должны быть проинструктированы и пройти обучение функционалу, в различных формах - групповое кустовое, индивидуальное на рабочих местах, консультации в виде вебинаров и др.;

4. Каждый этап работы завершается подписанием документов, согласованных на уровне руководителей медицинских учреждений Костромской области.

Ю. Д. КИРЮХИНА

Ивановский государственный университет

МОНИТОРИНГ СОСТОЯНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФОРМАТИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Уровень развития информационных ресурсов во всех сферах жизни нашего региона и характер их использования влияет на благосостояние, безопасность и удобство общества в целом.

Объединение различных «кусочков» ведомственной информатизации в единую систему стало возможным с принятием в 2013 году региональной программы «Информационное общество Ивановской области». Программа будет действовать до 2016 года, ее консолидированный бюджет составляет почти 195 миллионов рублей.

2013 год ознаменовался реализацией большого числа проектов в обозначенных областях. Ключевыми из них, безусловно, являются: перевод государственных и муниципальных услуг в электронный вид, межведомственное электронное взаимодействие. Управление запустило региональный портал государственных и муниципальных услуг. В 2013 году завершились регистрация и тестирование 18 электронных сервисов, необходимых для предоставления сведений в федеральные исполнительные органы власти. Завершена техническая составляющая перехода на электронный документооборот в масштабе всей области, также реализованы проекты «Универсальная карта школьника», «Универсальная электронная карта», «Социальная карта жителя Ивановской области», «Электронная регистратура».

Органам исполнительной власти Ивановской области, ответственным за реализацию государственной политики в сфере

информатизации, в 2014 году удалось добиться одних из лучших показателей в стране по соотношению бюджетных инвестиций, направленных в данную сферу, и достигнутых результатов, ощутимых для конечных пользователей IT-решений.

На сегодняшний день в нашем регионе ярко выражена проблема слабого контроля сбора налогов, в результате чего происходит уклонение от уплаты налогов, приходится платить пени за несвоевременную уплату. Для функционирования эффективной налоговой системы необходимо привести ее в полный порядок. Для этого необходимо учесть все возможные недостатки и постараться сделать нашу систему лучше.

Для этого необходимо внедрить систему уведомлений для всех граждан с помощью СМС – рассылки. СМС должны приходить регулярно каждому налогоплательщику о неуплате какого-либо налога. Такая система уже доступна от Бинбанка, но не все жители Ивановской области пользуются этим банком. Поэтому необходимо создать единую систему СМС – рассылки для всех граждан. При каждом новом начислении налогоплательщику автоматически будут приходить СМС – сообщения о задолженности.

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

В. А. КРИТСКАЯ

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Медицинская информационная система (МИС) отличается от других программных продуктов, тем, что в ней хранится и обрабатывается персональная и конфиденциальная информация. В связи с этим к МИС выдвигаются повышенные требования к достоверности и ограничениям доступа к информации, юридической ответственности, технических мер защиты данных и программ МИС. Пользователь медицинского учреждения, получающий доступ к МИС, несет полную (моральную, административную и уголовную) ответственность за конфиденциальность информации.

Реализация системы безопасности в МИС должна проводиться системно на всех этапах ее жизнедеятельности: от проектирования и разработки до внедрения и эксплуатации, а также перекрывать все

известные виды угроз безопасности и соответствовать действующему законодательству.

Существует несколько основных направлений возможных нарушений информационной безопасности – это утечка данных (нарушение конфиденциальности информации); утрата данных (разрушение носителей, стирание информации при непосредственном доступе к данным); отказ в предоставлении функциональности (в связи с повреждением информационной системы). Для обеспечения безопасности в МИС необходимо соблюдение следующих правил защиты данных.

Налаживание режима допуска сотрудников в лечебно-профилактическое учреждение, выделенные помещения под сервера СУБД, разработка технических средств защиты от несанкционированного доступа, написание регламента обслуживания программного обеспечения МИС, возможность создания операционной системы по разграничению прав доступа к файлам МИС, тонкая организация санкционированного доступа к фрагментам медицинской информации, к ее объектам и функционал, а также желательно выделить независимое рабочее место администратора информационной безопасности, обеспечивающего оперативный контроль и ретроспективный анализ действий пользователей МИС.

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

А. А. КРУПИНА, Ю. В. КРЮКОВА
Ивановский государственный университет

РАЗВИТИЕ ГРУППЫ ДЛЯ КАФЕДРЫ ИТЭиОП ИВГУ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

В настоящее время социальная сеть «ВКонтакте» очень популярна среди молодежи, поэтому мы создали группу кафедры ИТЭиОП. В ней мы разместили всю необходимую информацию для студентов кафедры: месторасположение кафедры, контакты преподавателей, перечень профильных предметов, рекомендуемая литература и учебный материал, расписание занятий, экзаменов и зачетов, информация о мероприятиях и конкурсах.

В настоящий момент у нашей кафедры есть портал, где находится информация для студентов, но по ряду причин порталом пользоваться неудобно.

Создавая группу, мы постарались эти причины учесть:

1. При входе на портал каждый раз необходимо было проходить авторизацию, что крайне неудобно для всех. Один из плюсов группы – это свободный вход в нее (во-первых, группа является открытой, во-вторых, вводить логин и пароль при каждом обращении к ее странице необязательно).

2. Ранее обновлением информации на портале по факту занималась только ст.преподаватель А. В. Романова, в группе же мы разделили обязанности по размещению информации между старостами групп, так как они всегда первыми узнают всю информацию и смогут ей поделиться в группе нашей кафедры. Отметим также, что права на размещения информации предоставлены всем участникам группы (студентам-бакалаврам, магистрантам, аспирантам и преподавателям).

3. Весь материал, находившийся на портале, мы перенесли в группу. Для решения проблемы с размещением авторских материалов мы создали виртуальный диск, пароли к которому разослали старостам-администраторам и преподавателям. После того, как преподаватель загрузит свой материал на диск, он опубликует запись об этом на стене сообщества.

4. Чтобы как можно больше студентов вступило в группу, мы разослали информацию со ссылкой на нее старостам, чтобы уже они рассказали о ней в своих закрытых группах (по курсам).

Научный руководитель: ст. преподаватель А. В. Романова

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДВУХФАКТОРНОЙ АУТЕНТИФИКАЦИИ: БИОМЕТРИЧЕСКАЯ ЗАЩИТА

На данный момент жизнь человека все больше связана с информационными технологиями. В связи с этим появляются проблемы, связанные с защитой данных. Сейчас уделяется большое внимание двухфакторной аутентификации, т.е. такому механизму, который позволяет защитить свой аккаунт надежнее, чем традиционный пароль.

Одним из видов двухфакторной аутентификации является биометрическая защита. Она представляет собой комплекс средств, направленный на проверку достоверности. При защите своих данных используются человеческие факторы, например, сетчатка глаза, отпечатки пальцев. Биометрическая защита является самым

безопасным и надежным способом защиты своих данных. Плюсом данной защиты является удобство применения для пользователей, так как ключом или паролем является биометрический образ, который является неотъемлемой частью пользователя и, таким образом, они не могут быть утеряны. Но есть и минус в такой защите. Так, например, разработчики Apple ввели такую функцию разблокировки iPhone, как Touch ID. Это не всегда удобно в силу высокой вероятности случайной разблокировки аппарата.

Достаточно отдаленная перспектива – вход в свою учетную запись любимой социальной сети с использованием уникальности физиологии пользователя, что заметно усложняет попытки несанкционированного входа. К сожалению, с учетом сохранения стандартного алгоритма работы такой системы, потребуется полная база оцифрованных «уникальностей» всех пользователей, что потребует задействование еще неизвестных рынку мощностей.

Определенные системы, которые используют биометрическую защиту, могут требовать определенные дополнительные действия, необходимые для закрепления конкретного биометрического образца за определенным пользователем.

Сегодня биометрическая защита постоянно совершенствуется, развивается и становится все более частой в применении.

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

С. А. КУКСА

Ивановский государственный университет

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ АЛГОРИТМОВ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМЫ FRESHOFFICE

Алгоритм — набор инструкций, описывающих порядок действий исполнителя для достижения результата решения задачи за конечное число действий.

Эффективные алгоритмы позволят достигать цели при выполнении минимум одного из таких требований, не прилагая больших усилий, наиболее коротким путем, за наименьшее количество времени. Например, рецепт приготовления блюда также является четко описанным алгоритмом, в случае точного исполнения человек получает желаемый результат.

Как правило, на предприятии, при продаже продуктов или оказании услуг существует собственный алгоритм общения с клиентом и обработки его персональных данных. Несмотря на то, что

эта система обычно проста и понятна, на практике компаниям приходится сталкиваться с рядом проблем: потенциальных клиентов очень много, с одним клиентом одновременно может выполняться несколько проектов и др. Возникает необходимость фиксировать данные контрагентов, пометать с кем и когда намечена встреча и др.

В современных условиях для эффективности ведения бизнеса процессы управления и учета важно автоматизировать, что не только повысит уровень организации бизнес-процессов, но и обеспечит стабильность и информационную безопасность компании. Примеров средств формирования алгоритма взаимодействия с данными клиента и клиентом достаточно много: ведение тетрадей с данными, заполнение таблиц Excel, 1С-CRM, SugarCRM, FreshOffice и др.

В качестве производственной площадки для проверки на практике заявленных тезисов выбрана компания КонтурЦентральныйРегион (ООО «Софт-Сервис»). Компания имеет офисы в четырех регионах РФ. Основной вид деятельности – продвижение и обслуживание электронных сервисов, производства СКБ Контур г. Екатеринбург, для автоматизации деятельности хозяйствующих субъектов и оптимизации документооборота с контролирующими органами РФ и использующих электронно-цифровую подпись. В качестве CRM системы КонтурЦентральный регион использует облачное решение FreshOffice.

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

Е. Н. КУРОЧКИНА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ SEO-КОМПАНИЙ К ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ АЛГОРИТМОВ РАНЖИРОВАНИЯ

Поисковые системы, как и их алгоритмы ранжирования, постоянно развиваются – появляются новые факторы ранжирования поиска, требования к сайтам становятся все более жесткими, а антиспам-алгоритмы все лучше отслеживают «недобросовестные» ресурсы. Изменение алгоритмов, например отмена ссылочного ранжирования или же возросшее значение пользовательских факторов не может не повлиять на работу как отдельных SEO-специалистов, а так и целых компаний. Многие из них сталкиваются с проблемами, пытаясь адаптироваться к быстроизменяющейся среде.

1. Несмотря на многочисленные изменения в алгоритмах поисковых систем, многие SEO-компании по-прежнему используют старые стратегии, продолжая покупать ссылки и писать тексты для

поисковых систем. Данные способы являются все более ненадежными, учитывая развитие антиспам-фильтров. Но, к сожалению, современные тренды, такие как контент-маркетинг, аналитика сайта, социализация и мобилизация, не так часто используются в продвижении.

2. Обязанности самого SEO-специалиста расширяются вместе с эволюцией поисковых систем. Ранее SEO-специалист – это человек, знающий и понимающий принципы оптимизации сайта, работающий с биржами ссылок. Сейчас же «идеальный» SEO-специалист не только оптимизирует сайт, но и составит маркетинговую кампанию для его продвижения. Так же этот человек должен обладать аналитическими способностями, умением отслеживать и анализировать действия посетителей на сайте и помогать клиенту увеличивать продажи.

3. Перестроить саму работу компании достаточно трудоемко. Переход к новым технологиям продвижения требует вклада в обучение и развитие сотрудников компании, на которое нужно как время, так и средства.

Рост компетенций специалистов справедливо требует роста цен на SEO-услуги, обоснованность которого все еще очень трудно объяснить возмутительно неграмотному спросу.

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

А. В. МАСЛОВА, Ю. А. СТРЕЛЬЦОВ
Ивановский государственный университет

СИСТЕМА КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЕМ CMS «1С-BITRIX»

В докладе приводятся данные о проекте, функциональное назначение которого состоит в том, чтобы максимально упростить работу с сайтом пользователю не обладающим достаточными знаниями в области администрирования Bitrix. Это могут быть как заказчик сайта, так и менеджеры и другие пользователи, планирующие в дальнейшем самостоятельно вести редактирование или администрирование сайта на Bitrix.

В задачи НИР включается создание новой базы знаний, учитывающую терминологию, доступную любому пользователю, и визуально понятные подсказки. Кроме этого планируется разработка компонента, включающего в себя данную базу знаний.

Для решения поставленных задач предлагаемых нами – компонент будет включать наличие визуальных, пошагово

выстроенных подсказок и в то же время в нем будет отсутствовать лишняя информация и сложная терминология.

Кнопка для вызова нового решения «Интуитивный поиск» – срабатывает по одному клику левой кнопки мыши. Располагаться форма может где угодно. У пользователя будет возможность ее переноса.

Разработка приложения была мотивирована тем, что при работе с сайтом под управлением CMS «1С-BITRIX» у пользователей возникали затруднения и, как следствие, вопросы по решению той или иной проблемы. Данные вопросы для специалиста, работающего в этой области, не проблематичны, однако на практике, например, для рядовых пользователей оказывались невозможными.

В результате получаем систему консультирования CMS «1С-BITRIX» в виде приложения оперативного поиска ответов и решения задач, за счет создания новой базы знаний, обладающей всеми вспомогательными средствами, которые позволят упростить работу в системе.

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

Е. В. МАТЮХИНА

Ивановский государственный университет

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КЛИЕНТОВ АВТОСАЛОНА

Особо напряжённая экономическая ситуация, сложившаяся в нашей стране за последние месяцы, приводит к тому, что компаниям становится все сложнее и сложнее удерживать свои позиции на рынке. Тем самым, конкурентная борьба между компаниями за право предоставлять свои услуги становится крайне ужесточенной.

Исходя из этого, вопрос защиты информации на предприятии выходит на первый план. Устойчивое и эффективное функционирование объекта управления и является главной целью обеспечения системы информационной безопасности (ИБ).

Грамотно построенная система защиты информации на предприятии должна преследовать следующие цели:

- невозможность утечки, кражи, потери, искажения информации;
- разграничение и контроль доступа к информации, а именно предотвращение несанкционированных действий по отношению к информационным ресурсам;

- предотвращение других способов незаконного вмешательства в информационную систему предприятия.

Именно поэтому, при формировании эффективной политики ИБ на предприятии, система должна обеспечивать следующие функции:

- прогноз, а так же своевременное выявление угроз и причин их возникновения;
- обеспечение наиболее безопасных условий функционирования с минимальной вероятностью получения угроз безопасности ресурсов и получения ущерба;
- полная локализация ущерба наносимого несанкционированными действиями физических и юридических лиц.

В качестве итога стоит отметить, что с каждым годом масштаб угроз для предприятий продолжает расти, поэтому обеспечение политики информационной безопасности становится наиболее важным вопросом для многих организаций желающих как можно эффективнее и с минимальными потерями вести свою коммерческую деятельность.

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

А. А. МОРОЗОВА

Ивановский государственный университет

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНТРОЛЬНО-СЧЕТНЫХ КОМИССИЙ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Деятельность контрольно-счетных органов (далее – КСО) связана с получением и анализом информации на объектах проведения контрольных мероприятий. С точки зрения повышения эффективности данной деятельности, необходимо сокращать время на получение и обработку информации, составление документации и прочей отчетности. Добиться повышения эффективности можно за счет информатизации КСО посредством внедрения государственной информационно-аналитической системы контрольно-счетных органов субъектов РФ (далее – ГИАС КСО).

К настоящему моменту такая система внедрена в большинстве КСО ЦФО – в Воронежской, Ярославской, Владимирской и Ивановской областях. Отметим, что ГИАС КСО в рамках нашего региона имеется только в городе Иваново. Однако в городских округах, в том числе в городском округе Кинешма, такая система

отсутствует. А из-за отсутствия ГИАС деятельность КСО не может считаться в полной мере эффективной.

Отсутствие ГИАС на местном уровне обусловлено следующими причинами:

- официальный сайт ГИАС устарел, информация на нем не обновлялась с 2013 года, следовательно, не известно, поддерживается ли система сейчас;

- контрольно-счетная палата Кинешмы не поставлена в известность о существовании и преимуществах использования ГИАС, что, на наш взгляд, определенным образом характеризует руководство региона, ответственное за информатизацию региона;

- у третьих лиц нет возможности узнать информацию о том, можно ли приобрести данную систему, какова ее стоимость, каким образом и кто может ее внедрить;

- нет связи между Кинешемским КСО и КСО г. Иваново, сервер в Иваново не работает по техническим причинам, следовательно, даже в случае установки ГИАС связи между местным, региональным и федеральным уровнями не будет.

Таким образом, добиться повышения эффективности работы КСО г. Кинешма за счет внедрения ГИАС в настоящий момент не представляется возможным.

Научный руководитель: ст. преподаватель А. В. Романова

А. С. НЕКРАСОВА

Ивановский государственный университет

ЗНАЧИМОСТЬ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В АПК

Инновационное развитие агропромышленного комплекса (АПК) в России замедляется в первую очередь из-за низкого уровня технологической оснащённости, что во многом определяется техническим и технологическим уровнем промышленности и недостаточной квалификацией персонала. В то время как мировой и европейский опыт ведения сельскохозяйственных работ уже напрямую связан с информационными технологиями, а в России это направление практически не открыто.

Ведение современного сельского хозяйства в развитом информационном обществе предполагает постоянное получение информации от различных внешних источников (через глобальную сеть Интернет) из любой точки местности в удобный момент времени.

В сфере сельского хозяйства все чаще появляются условия по внедрению прикладных компьютерных программ. Это, в первую очередь, программы оптимизации размещения сельскохозяйственных культур в зональных системах севооборота и рационов кормления животных; по расчету доз удобрений; проведению комплекса землеустроительных работ и управлению земельными ресурсами и т.п.

Сельское хозяйство нуждается в подобной информационной системе, которая будет описывать способы ведения хозяйства, давать консультации и комментарии. Для повышения эффективности её использования следует ввести разделение по регионам.

Входная информация должна поступать непосредственно от самих сельскохозяйственных организаций и должна включать основные показатели организации, информацию об используемом оборудовании и новинках. Далее входная информация попадает в аналитический отдел к экспертам, которые должны проверить полученную информацию на достоверность и актуальность, а также на реализуемость в данном регионе. В аналитический отдел должны входить эксперты разных профессий и званий. Затем, после проверки, информация попадает в саму информационную систему в открытый доступ, и все желающие могут ей воспользоваться.

Информационно–аналитические системы решают многие проблемы товаропроизводителей, реализовывая программы поддержки сельского хозяйства; становятся объективно необходимым условием для повышения эффективности управленческой деятельности, как в АПК, так и в иных отраслях народного хозяйства.

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

М. А. НИКОЛАЕВ, А. А. БЕЛОВ

Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОРТАЛА НА ВЫПУСКАЮЩЕЙ КАФЕДРЕ

При проектировании портала, функционал был разделен на несколько независимых подсистем. Часть подсистем имеет общий характер и может использоваться как для процесса обучения на кафедре, так и для использования на производстве. Каждая подсистема может работать отдельно от других приложений портала, но тогда большую часть данных подсистемы приходится вводить вручную. В

процессе проектирования возникла проблема интеграции этих подсистем, т.к. используемые данные для многих из них совпадают.

Общие цели организации взаимодействия приложений можно сформулировать следующим образом: уменьшить стоимость эксплуатации совокупности приложений; увеличить скорость выполнения типизированных задач или гарантировать сроки их выполнения; поднять качество выполнения задач за счет минимизации человеческого фактора, как основного источника ошибок.

Учитывая специфику подсистем было рассмотрено несколько способов взаимодействия, а именно: обмен файлами, асинхронный обмен сообщениями, удаленный вызов, общая база данных. Было решено использовать для взаимодействия приложений общую базу данных. Для реализации функций подсистем используются такие платформы как Django и Yii2. В качестве СУБД была выбрана система MySQL. Для формирования структуры данных общей БД используется атрибутивная модель системы. Данная структура подразумевает деление данных из подсистем на ресурсы (R), продукты (P), проблемы (W), цели (Z), сырьевые ресурсы (Rp) и функции (F), также добавляются служебные таблицы профилей пользователей, групп, истории изменений.

Данная организация интеграции соответствует требованиям к порталу кафедры, обеспечивает высокую скорость взаимодействия между приложениями и обеспечивает повторное использование данных, что исключает вероятность ошибки со стороны человека. Поскольку использовался системный принцип формирования портала, он может использоваться при непрерывном образовательном процессе любой организации.

А. А. ПАНКОВ, А. А. РОМАНОВА
Ивановский государственный университет

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА ТОРГОВЫХ АГЕНТОВ

В настоящий момент широкое распространение получили мониторинговые системы автотранспорта и торговых агентов оптовых компаний. Методика разработки одной из таких систем в рамках доработанной конфигурации «1С: Управление торговлей 8.2» приводится в докладе. Детальный анализ широкого спектра демонстрационных версий мобильных приложений и их описаний (Моби-С, Агент Плюс, Агент Плюс КПД, Мобильное приложение 1С,

Мобильная торговля OptimumCDC) позволил в общих чертах сформировать план мероприятий на внесение изменений в рабочий, существенно доработанный вариант учетной системы «1С: Предприятие». В качестве варианта мобильной части был выбран вариант мобильного приложения 1С для операционной системы Android – как самый экономичный вариант с возможностью доработки в знакомой среде. Система позволяет создавать отчеты, оперативного отслеживания ситуации по продажам каждому торговому агенту ежедневно формируются следующие отчеты:

1. Оперативный отчет за день.
2. Отчет план-факт по анализу продаж на текущую дату нарастающим итогом.
3. План посещений на следующий день.
4. Сводный отчет по продажам за месяц.

Для организации мониторинга планового посещения точек в структуру документов учетной системы был добавлен документ «Задание агенту».

Таким образом, проект имеет вполне очевидные перспективы развития, но для коммерческого распространения есть существенное ограничение – проект интегрирован в стандартную конфигурацию «1С: Предприятие», что привело к снятию конфигурации с поддержки. Эта ситуация может в значительной степени осложнить процесс автоматического обновления конфигурации. Приходится надеяться на то, что в ближайшем будущем специалисты компании 1С учтут данное обстоятельство и предложат свои разработки для разрешения этой негативной ситуации, тем более, что попытки уже имеют место.

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

Д. Е. ПАНОВ

Ивановский государственный университет

ОСНОВЫ РАБОТЫ В КОНФИГУРАЦИЯХ «1С» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ОБЛАЧНОЙ ТЕХНОЛОГИИ

На сегодняшний день программные продукты 1С являются неким стандартом для работы бухгалтерского, управленческого и других видов учета в малом и среднем бизнесе. Работодатели требуют от своих сотрудников обязательных навыков работы именно с этим программным продуктом. Если возникает на повестке дня вопрос интеграции интернет-магазина и систем автоматизации (остатки, цены, заявки и т.д.) – также на стороне офиса обычно оказывается база

данных 1С, с которой и нужно провести интеграцию. Аналогично во многих других случаях: любой процесс автоматизации малого и среднего бизнеса традиционно начинается с продуктов 1С и продолжается с их применением.

Сейчас уже трудно найти предприятие или фирму, не использующую программные продукты компании 1С и это неспроста. Множество решений для различных сфер деятельности, и быстрая обучаемость сотрудников работе в программе гарантируют позицию лидера на Российском рынке программных продуктов.

Как и любая продвинутая компания 1С не стоит на месте. Помимо разнообразных программных решений компания разрабатывает сервисы для удобства работы в программе, что говорит о твердом намерении сохранять за собой лидирующую позицию среди конкурентов и заботе о пользователях программных продуктов 1С.

Темой выступления служат два новых сервиса представленных компанией 1С для удобства использования программных продуктов посредством облачных технологий. Данные сервисы могут быть спасением для работников, которые не могут находиться непосредственно на рабочем месте. Будь то молодая мама или сотрудник, находящийся на больничном, благодаря сервисам для доступа к информационным базам через облако они смогут работать, не выходя из дома. Тем самым работодатель не будет волноваться за невыполненный план работы, а сотрудник не потеряет в зарплате. И это далеко не все плюсы сервисов построенных на облачных технологиях.

Компания 1С развивает свои продукты, за что их нельзя не похвалить и облачные технологии это следующая ступень.

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

С. В. ПУТИЛОВ, А. А. БЕЛОВ

Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ INTELLECTPRO4

Ориентируясь на инновационный путь развития, экономика требует кадров, способных осуществлять свою деятельность на основе глубоких актуальных знаний. Исходя из этого, для оценки знаний, необходимо иметь методы и средства, позволяющие оперативно и мобильно осуществлять их контроль. К таким средствам можно

отнести систему IntellectPro3, которая основана на методе иерархических понятийных структур (ИПС). Опыт эксплуатации данной системы, как в профессиональной, так и в образовательной сфере показал очевидные достоинства этой системы, но в тоже время были выявлены некоторые недостатки, на что потребовалось дальнейшее совершенствование системы, в частности:

1. Создание этой системы на основе современных web – технологий

2. Расширение функциональных возможностей системы

А) Увеличение вариативности представления заданий прохождения для контроля, что позволит предотвратить возможность совпадения заданий у двух разных тестируемых.

Б) Предоставление возможности введения в ИПС нейтрального (несуществующего) понятия (nonexistent), не относящегося к данной предметной области и изменение формы представления ИПС.

3. Совершенствование системы представления результатов контроля, исходя из конкретных потребностей различных участников образовательного процесса.

4. Совершенствование интерфейсов работы программы

5. Интеграция системы в рамках информационного портала

Предложенные выше совершенствования позволят сделать новую систему контроля знаний IntellectPro4 кроссплатформенной и общедоступной, позволят расширить ее возможности по предоставлению средств контроля и анализа и обеспечить доступ в систему любому человеку имеющему браузер и возможность выхода в интернет. Также основными особенностями системы будут являться: «ужесточение» процесса контроля знаний для предотвращения возможности «списывания у соседа», реализация адаптивного механизма предоставления результатов контроля, а также интеграция системы в общую структуру информационного портала, разрабатываемого на кафедре.

Д. А. РАДЖАБОВ, Д. А. КИСЕЛЁВ

Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ И СРЕДСТВА АНАЛИЗА СЕТЕВОГО ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В современном информационном обществе эффективность функционирования любой организации определяется

рациональностью решения профессиональных проблем. Основным ресурсом в решении этих проблем можно рассматривать организационный потенциал предприятия. Наиболее эффективной формой решения проблем является свободная коммуникация всех заинтересованных в ее решении участников. Активно используемым инструментом для организации открытого взаимодействия в профессиональной среде является деловой форум – площадка, предназначенная для обмена сообщениями между посетителями, подразумевающая тематическое общение.

С целью выявить организационный ресурс, способный решать соответствующие профессиональные проблемы, была разработана система, включающая следующие подсистемы.

1) Подсистема «Выгрузки данных» предназначена для выгрузки контента из сервисов для организации делового общения (форум) и их переработки с целью последующего анализа.

2) Подсистема «Анализа» предназначена для оценки активности и вовлеченности участников общения в профессиональный диалог на основе семантики и синтактики их сообщений (контента). Работа алгоритма модуля предусматривает частотный анализ использования профессиональных слов в сообщениях участников и выявления на основе этого существующих связей между ними, для последующего рассмотрения их в качестве потенциальных ресурсов для решения проблем некоторого класса. Второй задачей данного модуля является формирование образа организационного ресурса.

3) Подсистема «Визуализации» использует матричный метод компоновки и перемещения для представления организационного ресурса в матричной форме, что позволяет выделить значимый для решения проблемы информационный ресурс на основе оценок связности участников между собой – наличие семантической и синтаксической близости участников.

Представленные выше подсистемы программно реализованы в среде Delphi, что позволяет их использовать локально на предприятиях с загрузкой данных из web-ресурсов. Реализация подсистем на основе web-технологий позволит их использовать открыто в интернет среде.

Научный руководитель: Гвоздева Т. В.

Н. А. РАЗОВ, Б. А. БАЛЛЮД
Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

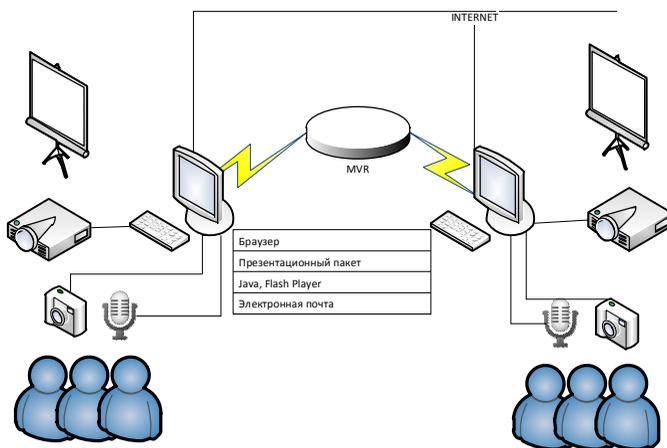
ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖВУЗОВСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ ВЕБ-КОНФЕРЕНЦИИ

В настоящее время набирает популярность такой вид конференции, как веб-конференции (онлайн-семинар, вебинар). Существенным недостатком обычных традиционных конференций являлось территориальная отдалённость участников друг от друга, не говоря уже о финансовых затратах на поездку.

ИГЭУ не является в этом плане исключением. Ежегодно на базе университета проводится международная научно-техническая конференция и зачастую, многие студенты и преподаватели не имеют возможности лично посетить мероприятие, поэтому целесообразна организация онлайн-семинара на базе ИГЭУ.

В результате анализа выбрано *MirapolisVirtualRoom* – простое и удобное в использовании решение для организации и проведения любых видов виртуальных встреч.

Принцип работы инструментальных средств показан на следующей схеме:



Развитие науки и техники позволяет использовать время более эффективно.

А. А. РОМАНОВА, А. А. ПАНКОВ
Ивановский государственный университет

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ МАРШРУТА ДОСТАВОК

В условиях стремительно развивающегося процесса глобализации экономики большое значение приобретают вопросы транспортной логистики. Транспорт является связующим звеном между элементами логистических систем.

Многим компаниям важно качество и быстрота осуществления поставок при минимальных издержках. Максимальный эффект при минимальных затратах в условиях нестабильности рынка достигается путем перемещения требуемого количества товара в нужный пункт оптимальным маршрутом за требуемое время.

Задачи повышения эффективности цепей поставок являются многокритериальной оптимизацией. При многокритериальном планировании существует необходимость комплексного учета разнообразных факторов и показателей, каждый из которых требует оптимизировать.

С целью составления плана формирования транспорта назначаются нижние границы – среднесуточное количество транспортных средств.

Множество рассматриваемых показателей при выборе маршрута поставки товара классифицируют по трем группам: время, стоимость перевозки, надежность доставки.

Чтобы исключить «технические» барьеры в процессе принятия решения при многокритериальной оптимизации маршрутов в цепях поставок, необходима разработка и применение новых подходов к решению задач в логистике.

Таким образом, оптимизация функционирования логистической системы в рамках предполагаемого проекта, для реализации в Ивановской области ведет к использованию математических задач оптимизации.

Научный руководитель: зав. кафедрой ИТЭиОП, канд. техн. наук, доц. С. М. Голяков.

Н. В. РУДАКОВ

Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМ КОЛЛЕКТИВНОГО ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ НА ОСНОВЕ CMS-СРЕДСТВ

Коллективное принятие решений (КПР) позволяет преодолеть производственные проблемы при согласованном распределении ресурсов. Вовлечение в процесс сотрудников всех уровней в настоящее время возможно с применением информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). В локальной сети предприятия возможно создание условий для КПР на основе условно бесплатных программ – CMS-систем, средств управления контентом.

Идею и решение, предлагаемые сотрудником рассматриваются как фиксируемое сообщение с контентом, имеющее качественные и количественные характеристики. Социальные сети не подходят в качестве систем КПР из-за малого объёма доступных функций и низкого уровня контроля. Для производственного предприятия рекомендуется создание собственного программного продукта на существующей программно-технической базе. Поддержку функций КПР рационально осуществлять CMS-средствами. Исходные инструменты системы дополняются надстройками в виде php-файлов, выполняющими процедуры: формирования структуры материалов и среды активного взаимодействия, обеспечения доступа к множествам входной и выходной информации, генерируемой в процессе КПР, учёта количественных характеристик общения и его участников, формирования системных шаблонов для представления результатов КПР.

Взаимодействие посредством CMS-системы позволит сформировать группу сотрудников, привлекаемую к решению аналогичных задач. Итог обсуждений в простой понятной форме представляется через системные шаблоны, организаторы обсуждения оперативно информируются о состоянии коллективно решаемой задачи. Предприятие получит группы специалистов, выступающих в роле экспертов при возникновении типовых проблем. Полученный опыт может быть использован для оказания оплачиваемых услуг внешним заказчикам, не имеющим собственных КПР.

В качестве примера системы КПР в сфере обучения на кафедре информационных технологий ИГЭУ разработано программное средство (система КПР) на базе CMS «Joomla! 3.0». В настоящее время

исследуются возможности применения средства в производственной и научной деятельности.

М. С. РУСАКОВА, А. С. ШУСТИКОВА
Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДВУХФАКТОРНОЙ АУТЕНТИФИКАЦИИ: МАТРИЧНЫЕ КОДЫ

В настоящее время использование двухфакторной аутентификации является следующей ступенью развития методов обеспечения безопасности в информационных системах. Данный механизм позволяет защитить свои данные надежнее, чем традиционный пароль. Несмотря на сложность пароля и его регулярную смену, он всё равно остается уязвимым для взлома или подбора. Более того, очень часто люди используют одинаковые пароли для доступа к сервисам или системам с персональными данными.

Для устранения указанных недостатков было предложено использование дополнительных признаков в процессе аутентификации. Принято выделять следующие признаки, или факторы: «то, что нам известно» (пароль, PIN-код и т.д.), «то, что у нас есть» (документ, устройство и т.д.), «то, что мы есть» (отпечатки пальцев и т.д.). Сейчас набирают большую популярность матричные коды, а если быть конкретнее, то QR-коды (Quick Response), которые тоже можно применять в процессе аутентификации.

Для чтения QR-кода можно применять смартфон или планшет, которые сегодня также имеют выход в Интернет. В процессе входа в систему, с помощью мобильного устройства можно считать QR-код и получить из него необходимую для аутентификации информацию. Она может быть задана разработчиком системы безопасности. Это может позволить обойтись в процессе проверки подлинности пользователя вообще без использования клавиатуры.

Сейчас уже стали появляться сервисы, которые успешно внедряют системы с использованием QR-кода. Так, совсем недавно в предварительной версии был запущен проект Яндекс.Ключ, реализующий собственный метод проверки подлинности, не опирающийся на известные стандарты. Одним из наиболее известных сервисов двухфакторной аутентификации является Google Authenticator, также позволяющий использовать QR-код.

Таким образом, методы двухфакторной аутентификации постоянно совершенствуются, и, конечно, использование в них QR-кодов ещё только начинается.

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

Р. А. САРВАРИ

Ивановский государственный университет

ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ И УПРОЩЕНИЯ РАЗВЕРТЫВАНИЯ ЦОД ДЛЯ ОБРАБОТКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ

В настоящее время рынок интеграции в SMB-сегменте показывает особенно быстрый рост именно в секторе Big Data. Так, за последние 2 года спрос ощутил высокую ценность и очень большую пользу использования специальных эконометрических функций для поиска неочевидных зависимостей между отдельными блоками данными. Доступность подобных услуг для среднего и малого бизнеса обусловлена, в первую очередь, возможностью аренды и использования облачных вычислительных мощностей и программных решений по требованию и на условиях подписки.

Кроме того, несмотря на то, что проблема имеет место быть достаточно продолжительное время, рынок решений весьма невелик, а сами программные решения, предлагаемые вендорами, порой нуждаются в дополнительной адаптации к под определенной сферы деятельности той или иной компании.

Немалую часть денежных средств составляет содержание ЦОД, которые в свою очередь не всегда оправдывают ожидания, связанные с быстрым действием и обеспечением сохранности данных. В ряде случаев можно конечно обойтись арендой облачных сервисов, которых в настоящее время не так уж и мало. Такое тривиальное решение возможно подходит для сегмента малого и среднего бизнеса и скорее всего более привлекательно в силу прямой финансовой выгоды. Однако, подобный подход не имеет право на жизнь, если речь идет о крупном бизнесе, хотя в этом случае достаточно сложно адекватно оценить экономическую целесообразность с течением времени.

Предложение в лице Microsoft, Oracle, IBM и Hewlett Packard моментально ответило на требование рынка касательно увеличения скорости развертывания ЦОД и снижения затрат на его обслуживание. Microsoft System Center и платформа Azure, конвергентное облако от HP, инженерные системы и кластерные сервера Oracle серии X5 сегодня являются ключевые и крайне удачными решениями, в

условиях которых можно быстро и выгодно разместить, содержать и практически безгранично расширять арендуемые корпоративные облачные возможности.

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

И. О. СМЕРНОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ОБУЧАЮЩИХ ПРОГРАММ ПО МАТЕМАТИКЕ

В настоящий момент компьютерные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) активно встраиваются в процесс обучения и помогают по-новому представить содержание учебного материала и организовать его изучение. При этом ИКТ выступают как новые интерактивные средства обучения, обладающие целым рядом достоинств и позволяющие качественно изменить методы, формы и содержание процесса обучения. Использование обучающих программ по математике в учебном процессе позволяет: активизировать учебный процесс; индивидуализировать процесс обучения; повысить наглядность предоставляемого материала; сместить акценты от теоретических знаний к практическим; повысить интерес учащихся к процессу обучения.

Активизация учебного процесса связана с диалоговым характером работы компьютера и с тем, что каждый ученик работает со своей обучающей программой за своим компьютером.

Индивидуализация процесса обучения связана с тем, что каждый ученик может сам выбирать темп обучения, делать в работе паузы, а также возвращаться к материалу, который был не усвоен в полном объеме. Графические возможности дисплеев персональных компьютеров и гибкие языки программирования позволяют сделать компьютерное обучение очень наглядным и понятным.

Обучающие программы по математике дают возможность использовать компьютерные мощности в процессе обучения и предрасполагают к обучению в форме решения задач. Также важным условием успешного обучения является интерес учеников к изучаемому предмету, ходу обучения и его результату, а использование обучающих программ дает возможность его повысить.

Для выполнения всех вышеперечисленных задач программистам, при создании обучающей программы по математике, необходимо:

- проанализировать методы распознавания лексических особенностей текста, математического выражения или другого объекта и их доступность для решения задач символического анализа;

- выбрать и реализовать метод синтаксического анализа математического выражения или задачи;

- создать специализированный лексико-грамматический анализатор математических выражений для обеспечения корректного ввода данных в обучающую программу;

- создать решатель математических выражений, который сможет учитывать все особенности и исключения математических вычислений;

- создать удобный и адаптивный интерфейс.

Обучающие математические программы позволяют повысить эффективность изучения курса математики, поэтому при ее создании необходимо выявить все особенности данного учебного курса, чтобы знания, получаемые в процессе теоретического и практического обучения, не противоречили друг другу.

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

Е. А. СОКОЛОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА ДЛЯ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА В ЭКОНОМИКЕ»

Традиционная система оценок (абсолютная количественная шкала) не всегда отражает качественное изменение учащегося в процессе обучения, фиксируя в ней лишь результат учебного процесса.

При формировании шкал оценивания в условиях компетентностного подхода необходимо учитывать общие нормы процесса оценки знаний:

- разработка графика проведения точек контроля за уровнем освоения компетенции;

- разработка критериев для каждого мероприятия (зачет, экзамен, защита ВКР и т.д.);

- единые шкалы оценивания для всех студентов и всех точек контроля;

- разработка заданий для каждого уровня освоения компетенцией.

При оценке компетенций необходимо учитывать, что оцениваются не только знания, умения и навыки, но и такие качества, как ответственность, активность, целеустремленность, самостоятельность, творческий подход к работе. Таким образом, становится понятно, что мы не можем обойтись одной традиционным предметным подходом к системе оценки знаний, так как это противоречит самой структуре компетентностного подхода. Но и полностью отойти от традиционного предметного подхода мы не можем, так как она составляет структуру учебного процесса. Для эффективного функционирования компетентностного подхода в учебном процессе необходимо разработать новую систему, в которой будут учтены все достоинства и недостатки двух подходов.

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

Д. А. СУНЯЙКИНА

Ивановский государственный университет

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОГРАММНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЦЕДУРЫ СКРИНИНГА

Скрининг – выявление нераспознанной болезни подразумевающее использование простых тестов среди здорового населения для выявления людей, у которых болезнь уже развилась, но симптомы еще не проявляются.

Успех скрининга зависит от наличия достаточного числа сотрудников для проведения тестов и от наличия средств и оборудования для проведения последующего диагностирования, лечения и наблюдения.

Результативность скрининга выражается в увеличении продолжительности жизни больного за счет увеличения отрезка времени между выявлением заболевания и смертью. Важно отметить, что увеличение происходит не из-за истинного удлинения жизни больного, то есть переноса летального исхода на несколько лет вперед, а в результате сдвига точки отсчета выживаемости, то есть время постановки диагноза, назад.

Интересной особенностью скрининговых программ является частое попадание больных с менее агрессивными формами рака и, соответственно, с лучшей выживаемостью. Больные с быстро прогрессирующими формами рака чаще обращаются непосредственно к врачу, в связи с ранним появлением симптомов.

На сегодняшний день в России, да и по всему миру количество людей со злокачественными опухолями достаточно высоко, однако, большая часть из них даже не подозревает об их наличии. Таким образом, мы предлагаем разработать систему, которая позволяет любому человеку пройти тесты. Тесты предполагается разместить на сайте электронной регистратуры региона, таким образом прохождение теста будет проводиться в личном кабинете пациента. Данный формат прохождения теста позволит настроить интеграцию конечных данных в медицинскую информационную систему региона, в карточку пациента, что позволит лечащему врачу учесть ее при осмотре пациента.

Важно отметить, что необходимо будет провести тщательные исследования, результатами которых станут действительно правильные тесты, повышающие вероятность положительно определенного результата.

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

А. Н. ТИХОНОВ

Ивановский государственный университет

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВ И ТОРГОВЫХ ТОЧЕК ПОСРЕДСТВОМ ЭКВАЙРИНГА

На данном этапе невозможно представить человека, который бы не пользовался банковскими услугами. Например, терминалы для обслуживания клиентов по безналу, или как сейчас принято это назвать – эквайринг. По данным на 2014 год в России 87% организаций, предприятий, магазинов, кафе, ресторанов и т.д. пользуются терминалами.

В среднем терминал проводит операции в размере 10000, 10000000, и даже больше. Итак первым делом клиент обращается в банк и подписывает договор на определенных условиях, которые ему предоставляет банк. Клиент предоставляет полный пакет документов банку и банк отправляет договор и пакет документов в систему проверки безопасности. После проверки всех документов, клиенту звонят по указанному в договоре телефону, чтобы прийти и установить терминал – эквайринг. Предварительно, специалист по установке терминалов спрашивает в каких условиях работает клиент, т.е. есть ли у него доступ к интернету либо если нет то как ловит операторы связи. Этот вопрос он задает, чтобы поставить корректный и качественный терминал, чтобы не возникало никаких вопросов со стороны клиента.

После установки терминала, специалист обучает клиента пользоваться терминалом, ведь главным при пользовании это делать сверку итогов в конце рабочего дня, чтобы деньги на следующий день перечислялись клиенту на расчетный счет. Все вроде кажется идеальным, но иногда возникают такие проблемы, как со стороны банка так и со стороны клиента.

Возможные проблемы со стороны банка:

1. Специалист по установке терминала, не протестировав терминал на ТСТ установил не эффективный и медленный терминал, у которого плохая связь с банком и часто не проходят операции.

2. Иногда условия со стороны клиента, который считает, что его ТСТ стало гораздо прибыльней и операций стало проходить больше, хочет уменьшения тарифа, но банк не может по расчетам понизить процентную ставку, тогда клиенты приходится искать новый банк, а это является потерей своего клиента.

Возможные проблемы со стороны клиента:

1. Отпустив специалиста и толком не разобравшись в работе терминала, клиент может допускать серьезные ошибки, которые могут потом привести к проблемам уже со стороны покупателей.

2. Клиент забывает делать ежедневную сверку итогов, это грозит к тому, что если клиенту срочно потребуются деньги, то он их не сможет получить во время, т.к. деньги поступают только на следующий день.

3. Клиенты небрежно относятся к терминалу, и возникают проблемы как со связью с банком, так и со стороны покупателей.

Решение данных проблем состоит в следующем: специалист по установке должен тщательней относиться к ТСТ, проводить небольшие тестировки, чтобы не на словах клиента, а по факту видеть какой из терминалов более быстры, более удобный и надежный.

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

А. В. ТРОШИН

Ивановский государственный университет

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ВНЕДРЕНИЯ МЕДИЦИНСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Современные информационные системы (ИС) выполняют огромные объемы различных функций, вследствие чего усложняется и интерфейс системы. От простых форм информационных систем перешли к многооконным графическим интерфейсам. Пользователям

медицинской информационной системы сразу придется встать лицом к лицу с этими графическими интерфейсами, в которых присутствует большое количество диаграмм и прочих графиков. Учитывая, что часть медицинских работников неэффективно используют компьютерные технологии – научить их пользоваться и компьютером и информационной системой является трудной задачей, да еще и без отрыва от производства.

Для решения этой проблемы нужно как можно эффективнее упростить пользовательский интерфейс информационной системы. Иначе на обучение персонала уйдет времени больше, чем самые максимальные сроки внедрения ИС. С другой стороны медицинская ИС это большое количество компьютеров и принадлежностей к ним. Компьютеры в большинстве своем не являются новыми. И самое важное, то, что большинство этих пользователей плохо знакомы с компьютером, у которых постоянно что-то «ломается». Все это влечет за собой постоянное недовольство и претензии. Вследствие чего нужно обеспечить адекватную реакцию на их претензии.

Донесение непосредственно до сотрудников идеи и ожидаемого результата от обучения пользованию информационной системы остается актуальной на протяжении долгого времени. И если сотрудник не будет использовать знания полученные от обучения или будет использовать их неправильно, то толку от внедрения системы не будет. Нужно сделать так, что бы сотрудник почувствовал эффективность использования в своей работе ИС и сам захотел научиться ее использовать. Ведь человек скорее научится, если ему это будет интересно. Так же важно узнать у обучающегося персонала, каких знаний им не хватает. Если связь между обучением и эффектом от него будет восстановлена и объяснена сотрудникам, то результат появится или улучшится наверняка. Если в каком-то медицинском учреждении уже внедрена ИС, то можно пригласить несколько уже обученных членов персонала в мед учреждение, в котором на данный момент происходит внедрение информационной системы, чтобы они наглядно объяснили все плюсы автоматизации процессов.

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

А. И. ТРУФАНОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРИ ПРОЦЕССЕ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ КОМПАНИЙ

За последние годы, внедрение корпоративной информационной системы является актуальным, но не все понимают, что это связано с большим количеством рисков. Согласно статистике исследованию PWC только за последний год в России от экономических рисков пострадало 37% компаний. Этот показатель хоть и не на много, но превышает средний результат по всему миру (34%) и по Центральной и Восточной Европе (30%), а также по «большой семерке развивающихся стран» (31%).

При разработке и внедрении ИС существует много причин, приводящих к возникновению рисков: ошибки в выборе стратегии проекта, нечетко поставленные цели и задачи, изменение внешних и внутренних требований, низкая квалификация персонала и т. д. Структура процессов проекта во многом задается целями и подцелями проекта, т.е. теми промежуточными и конечными результатами, которые должны быть достигнуты в ходе реализации проекта. Предприятия должны четко разрабатывать структуру процесса проекта, ведь риски проекта связаны со структурой его процессов, так как практически каждый процесс обладает присущими только ему рисками. Для эффективного анализа эти риски структурировать по родственным причинам возникновения. Как правило, риски процессов проекта могут быть структурированы по классам с выделенными подклассами эквивалентности, типа процессов, связями между ними и параметрами (ограничениями) каждого процесса.

Особую группу рисков составляют, "переходными", т. е. способными передаваться от процесса к процессу. Их выявление должно строиться на основе структуры (конфигурации) процессов проекта и анализе возможных рисков проекта. С помощью чего мы можем сократить риски: определить четко приоритетные цели проекта и ключевые бизнес процессы, подробно документировать все, что связано с проектом с первых дней, консультироваться со специалистами компании, помогающей внедрить систему и т.д. Еще один выход использовать аутсорсинг. Это позволяет реализовать проблемно-ориентированный и гибкий подход к управлению качеством проекта, начиная с первичной оценки существующих процессов, оценки выбранных решений, его

реализации и заканчивая внедрением эффективных методов управления проектом на базе анализа вероятностных рисков.

Научный руководитель: канд. техн. наук, проф. С. Л. Денисов

В. А. ШЕНЯГИН, Б. А. БАЛЛЮД
Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

СИНХРОНИЗАЦИЯ ТРЕБОВАНИЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПОРТФОЛИО СТУДЕНТА

В настоящее время высокая конкурентоспособность выпускников, их востребованность и трудоустройство являются одной из основных целей вузов. Актуальность связанных с этим задач повышается с усилением конкуренции на фоне текущей экономической ситуации.

Одним из методов контроля конкурентоспособности является создание портфолио, в котором отражаются достижения студента.

При разработке структуры и содержания портфолио использовался профессиональный стандарт (ПС), с использованием которых и формируются ФГОС ВПО. Это позволяет адаптировать систему контроля и оценки студентов под требования ПС непосредственно. Такое решение позволяет наглядно продемонстрировать профессиональный уровень студента в любой момент времени.

Те требования, которые не могут быть выражены с помощью компетенций, изложенных во ФГОС ВПО, поддерживаются работами, которые выполнял студент. К таким работам относятся курсовые и дипломные проекты, научно-исследовательские статьи, участие и награды на общественных и спортивных мероприятиях.

Метод реализован с использованием web-технологий. Неполный перечень содержащейся в модуле информации: резюме студента, исследовательские работы, уровни удовлетворения требованиям ПС, отчеты и характеристики с практик, проекты.

Вся информация обновляется автоматически при добавлении её в систему. Студент может лишь указать, какую информацию он желает отобразить на общедоступной странице, а какую предпочитает скрыть.

Это позволяет представлять актуальную и полную информацию о студенте и его профессиональных и личностных качествах, используя лишь браузер и доступ в интернет.

Е. Г. ШЛЯПНИКОВА
Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ УГРОЗ СИСТЕМ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРИМЕРЕ АПТЕЧНОЙ СЕТИ

Актуальность проблемы защиты информации сегодня не вызывает сомнений. Успех современного аптечного бизнеса и его развитие в условиях острой конкуренции в значительной степени зависят от применения информационных технологий, а следовательно, от степени обеспечения информационной безопасности.

Вступление человечества в XXI век знаменуется бурным развитием информационных технологий во всех сферах общественной жизни. Информация все в большей мере становится стратегическим ресурсом, производительной силой и дорогим товаром. Подобно любым другим существующим товарам, информация также нуждается в своей сохранности и надежной защите. Например, в аптечном бизнесе от системы информационной безопасности зависит полностью функционирование всей аптеки. В аптечных системах угрозы безопасности могут проявляться как внутри самой аптеки, так же и за ее пределами. В большинстве случаев действие угроз информационной безопасности АС направлено на создание возможных каналов утечки информации. Одно из ключевых понятий в оценке эффективности проявления угроз объекту информационной безопасности - ущерб, наносимый аптеке в результате воздействия угроз.

Главными целями деятельности по обеспечению информационной безопасности, являются ликвидация угроз ее объектом и минимизация возможного ущерба для аптеки, который может быть нанесен вследствие реализации данных угроз. Важно определить политику информационной безопасности в аптеке - свод документов, в которых будут рассматриваться вопросы организации, стратегии, методов и процедур в отношении конфиденциальности, целостности и доступности информационных ресурсов. Политика безопасности будет строиться на основе анализа рисков - процесса определения угроз безопасности системы и отдельным ее компонентам, определение их характеристик и потенциального ущерба. Конечная цель разработки политики информационной безопасности – обеспечить целостность, доступность и конфиденциальность для каждого информационного ресурса аптечной сети.

Научный руководитель: канд. техн. наук, проф. С. Л. Денисов

Секция
**«ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ, КРЕДИТ:
ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ»**

А. В. АВРААМОВ

Ивановский государственный университет

**ЗОЛОТОВАЛЮТНЫЕ РЕЗЕРВЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

В условиях глобализации экономики существенно изменяется роль международных (золотовалютных) резервов страны в целом и золотого запаса в частности.

Систематическое искажение эмиссионной функции развитыми странами и отсутствие стоимостной основы формирования обменных курсов превращает золото практически в единственный актив, позволяющий установить истинную ценность обращающихся на международном рынке денежных единиц. Если следить за ценой на золото в среднесрочном периоде, то можно провести параллель с масштабами нарушения закона денежного обращения на глобальном уровне. На этом фоне Банком России – сотрудниками Департамента платежного баланса активно прорабатывались подходы к поиску оптимальной стратегии в сфере формирования золотого запаса страны и места, которое он должен занимать в структуре международных резервов.

По состоянию на начало 2015 г. золотой запас России достиг 1206,8 т. Среди общемировых запасов Россия вышла на 6-е место в мире.

Выход нашей страны в число стран – лидеров по накопленным запасам золота позволил обеспечить не только ведущее место страны в современной архитектуре международных валютно-кредитных и финансовых отношений, но и снизить размер чистого кредита в пользу эмитентов резервных валют, а также сформировать достаточный уровень страхования от геополитических и геоэкономических вызовов. На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в условиях новых реалий глобальной экономики и растущих геополитических рисков Российская Федерация своевременно внесла коррективы в политику управления золотым запасом, обеспечив устойчивое наращивание металлического компонента резервных активов за счет внутренних источников.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Ю. Роднина

А. А. АГАПОВА

Ивановский государственный университет

НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Нет сомнения в том, что общество постоянно развивается, поэтому необходимо реформирование налоговой системы. К такой реорганизации можно отнести повышение поступления налогов, упрощение налогового учёта, обеспечение гарантий участников налоговых отношений, усиление контроля за налогоплательщиками со стороны налоговых органов и др.

Одним из способов управления налоговым производством, реализуемым компетентными органами, обладающими определенными властными полномочиями в отношении налогоплательщиков и плательщиков сборов, является налоговое администрирование. Оно выступает как основа эффективного и результативного функционирования налоговой системы в целом. Поскольку жесточесение администрирования ведёт к увеличению налоговых поступлений в бюджет, государство заинтересовано актуальной на сегодняшний день проблемой совершенствования данного процесса. В любой стране, в том числе и в России, многие склонны к уклонению от уплаты обязательных, индивидуальных и безвозмездных платежей в пользу государства. В настоящее время прослеживается чёткая тенденция, которая показывает, что по мере вхождения в рынок изобретаются новые способы неуплаты налогов. В связи с этим налоговый контроль следует, с одной стороны, ужесточить, а с другой — сделать его более гибким, не наносящим урона законопослушным налогоплательщикам. Действительно, предпринималось множество попыток решения данной проблемы, и одной из них является — утверждение дорожной карты «Совершенствование налогового администрирования» Правительством РФ от 10 февраля 2014 года. К основным направлениям этого документа можно отнести: сокращение временных и материальных затрат предпринимателей на подготовку и представление налоговой отчетности, уплату налогов, улучшение взаимоотношений налогоплательщиков и налоговых органов, сближение правил налогового и бухгалтерского учета и пр. Стоит отметить, что не все мероприятия, заявленные в план, реализованы, однако остаётся надежда на их скорое осуществление.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В современных рыночных условиях практически все предприятия малого и среднего бизнеса (МСП) пользуются различными банковскими продуктами, поэтому необходимо уделять тщательное внимание разработке новых продуктов и услуг, необходимо привлекать апробированный зарубежный опыт при их совершенствовании и работать в направлении диверсификации банковских продуктов для предприятий разных отраслей, разных стадий жизненного цикла и масштабов.

Сегодня банки предлагают своим клиентам – представителям малого и среднего бизнеса - широкий спектр банковских продуктов, таких как:

- кредитные продукты,
- депозитные продукты,
- расчётные продукты,
- страховые продукты.

Высокий потенциал развития рынка кредитования МСП обусловлен следующими ключевыми факторами:

- низкой освоенностью сегмента кредитными услугами и высоким потенциалом роста спроса МСП на кредитные продукты;
- реализацией госпрограмм по развитию кредитования МСП;
- развитием кредитного брокериджа.

Таким образом, для малого и среднего бизнеса с целью расширения спектра банковских услуг предлагается начать оказывать факторинговые услуги так же, как и представителям крупного бизнеса. Эффективное внедрение операций факторинга в деятельность банков требует разработки внутренних нормативных документов, которые будут определять порядок оказания факторинговых услуг. Для более эффективного продвижения продуктов и услуг предлагается использовать различные виды рекламы и стимулирующие мероприятия. Кроме того необходимо снизить процентные ставки для данного сегмента, так как данный фактор является сдерживающим для развития новых банковских продуктов. Таким образом, разработка

факторинговых продуктов и снижение процентных ставок является перспективным направлением деятельности любого банка.

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

Д. О. АЛАКЕДЖИ

Ивановский государственный университет

НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА ЯПОНИИ

Япония – страна с преобладанием частного предпринимательства и низкими налогами. Общая сумма налогов ниже, чем в других крупных западных странах, В Японии функционируют государственные налоги и налоги местные. При этом более 64% всех налоговых поступлений образуется за счет государственных налогов, а остальные - за счет местных налогов. Распределение налогов является зеркальным отражением их сбора: примерно 64% финансовых ресурсов расходуются как местные средства, а остальные средства обеспечивают осуществление общегосударственных функций. В Японии по сравнению с рядом других стран довольно высока доля неналоговых поступлений.

Налоговая политика Японии предусматривает укрепление финансов местных органов власти: префектур, городов, районов, поселков и т.д. Значение налога на доходы физических лиц огромно и налогообложении физических лиц предусматривает существенные льготы. По сравнению с другими странами, в Японии ставки налогов выше. Порядок косвенного налогообложения в Японии вступила в силу новая система налогообложения, т.е. относительно уменьшено прямое налогообложение за счет возросшей роли косвенных налогов.

Налоговая система Японии характеризуется множественностью налогов, и они закреплены в законодательных актах. В формировании бюджета лидирующую роль занимают государственные налоги, В Японии обсуждается вопрос о тяжести налогового бремени рядового гражданина. Однако, несмотря на высокие ставки налогов, и незначительный удельный вес местных налогов в совокупном доходе бюджета, местное налогообложение является составной частью системы налогообложения Японии. В Японии существует довольно хорошо развитая система поощрений как национальных, так и иностранных инвестиций.

На наш взгляд, особое внимание правительству следует обратить на укрепление финансов местных органов самоуправления, а также разработать программы и мероприятия по созданию и

укреплению инвестиционного климата страны, с целью привлечения иностранных инвестиций.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

А. В. БАЗАРОВА

Ивановский государственный университет

НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Современный этап развития банковской системы России характеризуется высоким уровнем насыщенности рынка финансовыми продуктами и услугами и, как следствие, интенсивной конкуренцией между кредитными организациями. В таких условиях существенное конкурентное преимущество получают те кредитные организации, которые способны разрабатывать и внедрять новые технологии, модернизировать продуктовый ряд, разрабатывать альтернативные каналы обслуживания клиентов, то есть осуществлять инновационный процесс.

Банковская инновация — это реализованный в форме нового банковского продукта или операции конечный результат инновационной деятельности банка.

Банковские инновации в зависимости от их целевого использования приобретают новые характеристики. Это позволяет систематизировать классификационные виды банковских инноваций, выделив среди них: технологические, научные, организационные, информационные, коммуникационные, маркетинговые, социальные, психологические, сервисные и другие. Вся совокупность банковских продуктов и услуг, характеризующих инновации, обусловлена взаимодействием субъектов рынка, продвигающих, реализующих и потребляющих инновации.

Отдельную значимость приобретают в современном мире инновации в области информационных технологий, которые предоставляют возможность электронного банковского обслуживания и электронных денег, позволяющих вести электронную торговлю. Технология этих финансовых услуг развивается в двух направлениях: банковское обслуживание на дому через Интернет и виртуальное банковское обслуживание в мировом масштабе.

Таким образом, банковская инновация — это результат деятельности банка, направленное на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и

размещения ресурсного потенциала при помощи нововведений, содействующих клиентам в получении прибыли. Банковская инновационная деятельность ориентированна на гармонизацию интересов банка, потребителей и общества в целом в рамках создания продуктов и услуг более высокой ценности, чем у конкурентов.

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

Т. БАРАНОВА

Ивановский государственный университет

КРЕДИТОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Предоставление *кредитов физическим лицам* является традиционным для всех банков видом услуг. Потребителем кредитных банковских услуг являются самые разные клиенты, представители разнообразных социальных групп. Российский рынок кредитования физических лиц постоянно развивается. При этом наиболее активно растут объемы овердрафтного кредитование по банковским картам, авто-кредитование и ипотека. В настоящее время в России в современных условиях *кредитование физических лиц* осуществляют все коммерческие банки.

В проведенном исследовании рассматриваются способы, методы и формы предоставления *кредитов физическим лицам* коммерческими банками.

Кредит представляет является формой движения ссудного капитала, т.е. денежного капитала, который предоставляется в ссуду. *Кредит* обеспечивает трансформацию денежного капитала в ссудный, а также показывает отношения между кредиторами и заемщиками.

Банки предоставляют *кредиты физическим лицам* из собственных и заемных ресурсов. Средства банка формируются за счет средств клиентов на расчетных, текущих, срочных и иных счетах; средств межбанковского *кредита*; денежных средств, мобилизованных банком во временное пользование путем выпуска долговых ценных бумаг и т.д.

Банковское кредитование *физических лиц производится на основе* главных принципов кредитования. В данных принципах выражаются требования к организации процесса кредитования. На основе принципов кредитования формируется порядок выдачи и погашения ссуд, процесс их оформления. В условиях разумного ведения банковского дела необходимо учитывать воздействие только

объективных принципов, не зависящих от переменных факторов. Рассматриваемыми принципами кредитования являются: срочность и возвратность, платность, обеспеченность, дифференцированность и целевой характер использования кредита.

Механизм кредитования и организация кредитного процесса в банке каждый банк определяет самостоятельно, при этом основой выступают действующие рекомендации Центрального банка. Специфика организации кредитования каждого конкретного банка выражается в самостоятельно разрабатываемом и утверждаемом руководством банка Положении о кредитовании, которое определяет внутренние правила организации кредитной работы в банке, основные этапы, механизм и критерии работы с клиентами.

В целом изучение проблем в сфере кредитования физических лиц, а также проработка предложений по их устранению требует более пристального внимания и глубокого изучения.

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

А. А. БОРУНОВА

Ивановский государственный университет

РЕЗЕРВИРОВАНИЕ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Применительно к деятельности коммерческого банка портфельный подход следует понимать как подход, позволяющий использовать разработанную в рамках портфельной теории модель постановки и решения задач за пределами области осуществления вложений на рынке ценных бумаг, для которой данная теория и создавалась, с учетом специфики банковской деятельности, причем как в отношении совокупного, так и в отношении локальных портфелей коммерческого банка.

Портфельный подход в данном случае – подход к формированию портфелей коммерческого банка и управлению ими с целью их оптимизации с точки зрения определенных параметров, а именно доходности (стоимости), риска и ликвидности (срочности).

При этом совокупный портфель коммерческого банка включает в себя множество локальных портфелей (субпортфелей, портфелей) активов и пассивов коммерческого банка, среди которых, в частности, можно выделить кредитный портфель.

Одним из рисков, связанных с кредитным портфелем коммерческого банка, является кредитный риск.

Последний представляет собой риск возникновения у кредитной организации убытков вследствие неисполнения, несвоевременного либо неполного исполнения должником финансовых обязательств перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора.

Одним из методов управления кредитным риском, позволяющим повысить качество кредитного портфеля коммерческого банка является резервирование.

Резерв формируется коммерческим банком при обесценивании ссуды (ссуд), то есть при потере ссудной стоимости вследствие неисполнения либо ненадлежащего исполнения заёмщиком обязательств по ссуде перед кредитной организацией либо существования реальной угрозы такого неисполнения (ненадлежащего исполнения) (далее кредитный риск по ссуде).

Формирование резервов по ссудам является требованием Центрального Банка Российской Федерации (Банка России) и условием эффективного функционирования коммерческих банков.

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

А. И. ВИЕЙРА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ РФ

В условиях глобализации мировая экономика всех стран мира зависит друг от друга. В мире нет ни одного государства, которое в своей истории не сталкивалось бы с проблемой государственного долга.

Государственный долг в Российской Федерации в настоящее время находится на безопасном уровне. Но его структура, механизм управления зависят от множества факторов. Во-первых, в связи с условиями нестабильности мировой экономики, замедления темпов экономического развития многих стран мира. Во-вторых, введения экономических санкций в отношении России. В-третьих, снижения кредитного рейтинга РФ ведущими финансовыми агентствами Standard&Poors и Moody's. Наличие этих факторов приводит к снижению цены на нефть, падению курса рубля, росту инфляции и безработицы, а также отрицательно сказывается на формировании федерального бюджета и долговой политики государства.

На наш взгляд, с целью финансирования импортозамещения, поддержки банковской системы, развития инновационных и

инвестиционных проектов, выполнения социальных обязательств в полном объеме государство будет осуществлять заимствования на внутреннем и внешнем рынках. Поэтому проблема государственного долга станет одной из основных в российской экономике, оказывающей непосредственное влияние как на темпы экономического роста страны в целом, так и на направления финансовой и бюджетной политики.

Управление государственным долгом потребует инвентаризации долговых обязательств, корректировки основных методов и инструментов оценки долга, а также способов наиболее эффективного и рационального контроля за государственными расходами. Кроме того, мероприятия по управлению долгом должны включать эффективность и результативность предоставления государственных гарантий.

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

А. А. ГИГОЛАЕВ

Ивановский государственный университет

НАЛОГИ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Налог – обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, принудительно взимаемый органами власти различных уровней с организаций и физических лиц в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Существует четыре основные функции налогов – фискальная, распределительная, регулирующая и контрольная. Фискальная функция, на наш взгляд, является наиболее значимой. Именно она свидетельствует о мобилизации налоговых платежей в бюджетную систему государства.

Налоги – основной источник доходов федерального бюджета, его формирование на 41,2% осуществляется из налоговых поступлений. Так, доходы консолидированного бюджета РФ в 2013 году составили 24442,7 млрд. рублей, из них 13019,9 млрд. рублей – доходы федерального бюджета. За 2013 год в консолидированный бюджет поступило 11325,9 млрд. рублей налогов и сборов, в том числе 5366,6 млрд. рублей в федеральный бюджет.

Нельзя не отметить тот факт, что объем налоговых поступлений зависит от такого элемента налога, как ставка налога, а так же от степени контроля над собираемостью налогов в целом. Данную

зависимость в XX веке обосновал А. Лаффер, схожие закономерности присутствуют в работах Д. Кейнса и других авторов. Применение модели Лаффера заключается в определении точки «налогового оптимума», которому соответствует изъятие 35-40% от суммы доходов.

Современная налоговая политика РФ направлена на создание комфортных условий и формирование оптимальной нагрузки для налогоплательщиков. Однако, принятые изменения в налоговое законодательство, свидетельствуют об ужесточении контроля над собираемостью налогов и обеспечении прозрачности финансовых потоков между субъектами экономической деятельности. Мы считаем, что требование представления отчетности организаций по НДС одновременно с книгой покупок и книгой продаж в электронном виде, позволит увеличить собираемость налогов. В тоже время данные меры отразятся на росте налоговой нагрузки, а впоследствии – на уклонении от налогообложения и развитии теневого сектора экономики.

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

Н. А. ГРУШИНА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СИСТЕМЫ СТРАХОВАНИЯ ВКЛАДОВ РОССИИ В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Система страхования банковских вкладов (ССВ) представляет собой важный механизм, гарантирующий возмещение денежных средств вкладчиков коммерческих банков. Эффективность этой системы проявляется, прежде всего, в кризисный период. В России система страхования банковских вкладов действует с 2004 года.

За период функционирования ССВ с 2004 по 2015 годы страховой случай наступил в отношении 220 банков – участников ССВ на общую сумму выплат в 385,9 млрд. рублей. Наибольшее количество банкротств банков и страховых возмещений по вкладам пришлось на 2014 год, когда страховые случаи произошли в отношении 61 банка – участника ССВ на общую сумму возмещений в 202, 4 млрд. рублей (т.е. 52% от всех выплат Агентства по страхованию вкладов с 2004 года). Даже в кризис 2008-2009 гг. были произведены выплаты только в отношении 45 банков – участников ССВ, а сумма выплат с 2004 по 2009 годы была около 20 млрд. рублей. Тем не менее несмотря на резкое увеличение страховых возмещений в 2014 году на 1 января

2015 г. размер фонда обязательного страхования вкладов составил 79,9 млрд. рублей (за вычетом резерва по наступившим страховым случаям), что обеспечит нормальное функционирование ССВ.

В кризисные периоды в отечественной ССВ произошли изменения, связанные в основном с увеличением лимита страховой защиты. Так в 2008 году лимит страховой защиты увеличился с 400 000 до 700 000 рублей, что обеспечило наиболее полное покрытие привлекаемых вкладов. В конце 2014 г. лимит был повышен в 2 раза до 1 400 000 рублей.

Однако эти меры являются недостаточными в кризисный период. Покрытие только депозитов физических лиц и ИП не обеспечивает возмещение по депозитам юридических лиц, доля которых в структуре пассивов коммерческих банков составляет около 30 %, что требует дополнительного совершенствования системы страхования вкладов в целом.

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

Д. А. ГУСЕВА

Ивановский государственный университет

ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ БАНКА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

Специфика коммерческого банка состоит в том, что подавляющая часть ресурсов формируется за счет не собственных, а заемных средств. Привлеченные банком средства разнообразны по составу. Главными их видами являются, во-первых, средства, привлеченные банками в процессе работы с клиентами (депозиты), во-вторых, средства, позаимствованные у других кредитных учреждений (межбанковские кредиты и кредиты, предоставленные Банком России).

Экономический кризис, вызванный геополитической ситуацией в мире, оказал влияние на структуру привлеченных средств. Основным источником формирования банковских ресурсов стали вклады населения. Сложившаяся ситуация вызвана двумя факторами. Во-первых, некоторые из коммерческих банков потеряли возможность брать кредиты за границей на выгодных условиях. Во-вторых, Банк России повысил ключевую ставку.

В целях привлечения большего объема капитала коммерческие банки прибегнули к резкому повышению процентных ставок по вкладам населения. По данным Банка России максимальная

процентной ставка по вкладам (в российских рублях) 10 кредитных организаций, привлекающих наибольший объем депозитов физических лиц, возросла. Если на 1 января 2014 года она составляла 8,31%, то в пик роста ставок по депозитам (в III декаду декабря 2014 года) – 15,64%.

Объем денежных средств населения на депозитах вырос на 17,51% по сравнению с 2013 годом. Лидером абсолютного роста объемов вкладов физических лиц стал Сбербанк России, который привлек более 7 трлн. рублей. Лидером же относительного роста стал Ханты-Мансийский банк. Подобная тенденция говорит о том, что политика привлечения денежных средств физических лиц, проводимая коммерческими банками, является успешной.

Таким образом, вклады населения являются наиболее дешевым и, соответственно, выгодным ресурсом для банка по сравнению с другими источниками капитала в современных условиях экономической нестабильности.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

Э. Г. ДЖИГЕРОВА

Ивановский государственный университет

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Темпы развития банковской сферы значительно опережают сферу материального производства. Высокие темпы развития определяют и высокую конкуренцию в отрасли. Методы конкурентной борьбы требуют применения соответствующих маркетинговых инструментов. Тем не менее, банковский маркетинг имеет ряд особенностей по сравнению с промышленным.

Главной целью банковского маркетинга является скорость осуществления услуг банка, когда соблюдаются пропорции быстрой оборачиваемости капиталов, скорости продаж, своевременного удовлетворения клиентских потребностей, получения прибыли. Специфика банковского маркетинга связана с особенностями банковского продукта. Основной продукцией банков является услуга. Мы выделили следующие отличия банковских услуг: во-первых, услуга не может долго храниться, она может быть потреблена клиентом только в момент ее оказания. Во-вторых, качество услуги нельзя гарантировать заранее. И, в-третьих, каждый раз услуга оказывается по-новому, поэтому не существует двух одинаковых услуг. Поэтому банк, предлагая услуги, должен демонстрировать

заказчику высочайшее качество предоставления той услуги, которую он собирается приобрести. Процесс оказания услуги для потребителя так же важен, как и результат. Специфика банковского маркетинга, на наш взгляд, проявляется при проведении стратегического анализа конкурентов. В маркетинге традиционно применяется концепция "4P", которая представляет собой сравнительный анализ вашего предприятия и предприятий-конкурентов по следующим факторам (продукт, цена, продвижение на рынке, регион и каналы сбыта.). Ее применение в банковской деятельности представляет собой совокупность определенных практических мероприятий, с помощью которых банк формирует свою рыночную позицию и гибко адаптируется к постоянным рыночным изменениям.

В настоящее время комплекс маркетинга по сравнению с традиционным «4P» расширяется. На наш взгляд, в банковской сфере особое значение приобретает процесс оказания услуги, качество и роль персонала, обстановка в которой происходит оказание услуги. Мы считаем, что формирование благоприятных условий для продажи услуги — один из самых сложных аспектов банковского маркетинга.

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

Н. А. ЕГОРОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Финансы некоммерческих организаций - это отношения, связанные с формированием и использованием финансовых ресурсов организаций для достижения целей деятельности, предусмотренных в уставе организации. К некоммерческим организациям относятся: религиозные, общественные организации и объединения, некоммерческие партнерства, фонды, ассоциации и союзы, потребительские кооперативы, учреждения.

Финансовый механизм некоммерческих организаций зависит в первую очередь от характера и вида деятельности, принципов организации финансов. В своей деятельности некоммерческие организации опираются на следующие принципы: финансовой ответственности, в том числе ответственности перед бюджетами органов государственной власти и местного самоуправления, ответственности за эффективность и результативность

соответствующей деятельности. Кроме того, им свойственен принцип полной или частичной самокупаемости.

С 2011 года государственные и муниципальные учреждения делятся на казенные, бюджетные и автономные. В соответствии с реорганизацией учреждений изменился механизм финансирования их деятельности. Для казенного учреждения характерен принцип сметного финансирования.

В отношении бюджетных и автономных учреждений специфика финансового механизма состоит в том, что определяется государственное (муниципальное) задание на оказание государственных (муниципальных) услуг, а финансирование осуществляется в соответствии с заданием в форме бюджетных субсидий. Объем финансирования (субсидии) рассчитывается на основе нормативов затрат на предоставление государственных (муниципальных) услуг или выполнение государственного задания. На наш взгляд, расчет бюджетных субсидий должен отвечать критериям полноты, обоснованности и комплексности. Поскольку в настоящее время не выработаны единые государственные минимальные социальные стандарты, недопустима ситуация институциональной избыточности или недостаточности их финансирования.

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

Е. Ю. ЖАРНИКОВА

Ивановский государственный университет

МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Под маркетинговой составляющей управления рисками коммерческого банка предлагаем понимать сферу деятельности сотрудников банка, касающуюся управления совокупностью факторов риска, формирующихся под влиянием тех или иных решений в области разработки и изменения продуктового предложения.

Российская банковская система на современном этапе стоит на пороге больших изменений, необходимость которых обусловлена текущей экономической ситуацией в РФ. В результате произошедших политических событий, повлекших за собой резкое ухудшение условий деятельности, перед коммерческими банками встает вопрос об адаптации их деятельности к сложившимся условиям.

После изменения процентной ставки Банком России в 2014 году коммерческие банки начали пересматривать свою ценовую политику в

соответствие с новыми условиями. Однако оптимизация предложения продуктов коммерческих банков должна исходить, помимо прочего, из меняющегося риск-профиля в РФ.

Рискованность продуктовой политики в свою очередь повышает рискованность других направлений деятельности коммерческого банка, ставит вопрос о совершенствовании систем управления в целях обеспечения эффективности его функционирования в целом.

В этой связи для эффективного управления деятельностью коммерческого банка и риск-менеджмента необходимо формирование адекватной продуктовой политики и управление ее риск-составляющими согласованно. Понимание необходимости изучения этой проблемы требует исследования таких вопросов как маркетинговая составляющая управления рисками коммерческого банка.

Детальная разработка этих вопроса позволит не только повысить эффективность управления рисками в коммерческом банке, но и повысить адекватность формирования продуктового предложения, что в конечном итоге положительно скажется на результатах деятельности банка.

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

О. Н. КИРИЛЛОВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ЗАЕМНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Капитал является базой создания и развития предприятия и в процессе функционирования обеспечивает интересы государства, собственников и персонала. Организация, которая ведет производственную или иную коммерческую деятельность, должна обладать определенным капиталом, представляющим собой совокупность материальных ценностей и денежных средств, финансовых вложений и затрат на приобретение прав и привилегий, необходимых для осуществления его хозяйственной деятельности.

В настоящее время особенно актуальным становится изучение вопросов формирования, функционирования и воспроизводства капитала, поскольку возможности становления предпринимательской деятельности и ее дальнейшего развития могут быть реализованы лишь только в том случае, если собственник разумно управляет капиталом, вложенным в предприятие. Исходной базой для управления финансами предприятия является его финансовое

состояние, сложившееся фактически. Оно дает возможность ответить на вопросы, насколько эффективным было управление финансовыми ресурсами и имуществом, рациональна ли структура последнего; как сочетаются заемные и собственные источники финансирования деятельности, какова отдача производственного потенциала, оборачиваемость активов, рентабельность продаж и т. д. Заемные средства представляют собой чужой капитал, который хозяйствующий субъект может приобрести у его собственника на определенное время. Как правило, во время развития компания сталкивается со следующими видами заемного капитала (перечислены в порядке привлечения): векселя; лизинг; банковские кредиты; синдицированные кредиты; облигации; кредитные ноты; секьюритизированные активы. Использование заемного капитала позволяет существенно расширить объем хозяйственной деятельности предприятия, обеспечить более эффективное использование собственного капитала, ускорить формирование различных целевых финансовых фондов, а в конечном счете – повысить рыночную стоимость предприятия.

Таким образом, заемный капитал, используемый предприятием, характеризует в совокупности объем его финансовых обязательств (общую сумму долга).

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

К. С. КОРОВИН

Ивановский государственный университет

О РОЛИ СНИЖЕНИЯ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ В РАЗВИТИИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

В последнее время на банковском рынке наблюдается снижение спроса на кредиты как со стороны физических, так и юридических лиц. Например, в феврале этого года количество заявок от физических лиц на банковские кредиты снизилось на 51% по сравнению с февралем 2014 года. Снижение спроса зафиксировано по всем видам кредитных продуктов. Больше всего упал спрос на ипотечные кредиты: на 72% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Основной причиной этого является высокая стоимость кредитов. У предприятий нынешний процент по кредиту «съест» всю прибыль, а население, в связи со снижением реального дохода, рискует и вовсе не отдать кредит.

Для банков снижение выдаваемых кредитов означает уменьшение прибыли, в связи с чем, коммерческие банки вынуждены закрывать филиалы и сокращать персонал.

Целью работы является выработать рекомендации Центробанку и коммерческим банкам по увеличению количества выдаваемых кредитов в российской банковской системе.

Исправить данную ситуацию может снижение Центробанком ключевой ставки, которая с 16 декабря 2014 года поднялась до 17%; второго февраля 2015 года ЦБ понизил ее до 15%, а с 16 марта 2015 года еще на 100 базисных пунктов до 14%. Но такая ставка все равно остается высокой, т.к. в конечном итоге предприятия и население получают кредит под 17–23%, что по-прежнему остается недоступным для них.

Полагаем, что для большей доступности кредита как бизнесу, так и населению, Центробанку необходимо снизить ключевую ставку еще на 3–5 процентных пункта. Тогда и банкам необходимо будет снижать ставки по кредитам, что приведет к увеличению спроса на кредиты со стороны предприятий и населения, а у экономики страны появится дополнительная мотивация к росту. Так, при снижении ключевой ставки ЦБ на 2% в феврале этого года, многие банки понизили процентные ставки по кредитам. Например, Сбербанк снизил ставки по вновь выдаваемым кредитам для корпоративных клиентов. Максимальный размер снижения ставки составил 2 процентных пункта.

Таким образом, снижение ключевой ставки может стать толчком к восстановлению российской банковской системы.

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

Е. В. КОРОВКИНА

Ивановский государственный университет

ТЕНЕВОЙ БАНКИНГ И ОТТОК КАПИТАЛА: ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

На современном этапе развития мировой экономики ввиду нарастания финансиализации экономики все большую актуальность приобретает развитие и совершенствование регулирования банковской системы. Традиционные банки и параллельная банковская система тесно взаимодействовали друг с другом либо с помощью паевых

фондов денежного рынка, поставивших ликвидность в банковский сектор (скупая коммерческие бумаги банков).

Такое взаимопроникновение создавало опасность быстрой передачи шоков из одной части финансовой системы в другую, что и подтвердил разразившийся кризис. В частности, развитие теневых операций можно объяснить ростом оттока капитала и это создает дополнительные проблемы для банковской системы страны. По данным ЦБ России, в 2014 отток капитала составил \$151,5 млрд. долл. На 2015 министерство планирует отток не менее 90 млрд. долл, в то время как ранее считалось, что отток не превысит 50 млрд.

Если верить статистике, около половины оттока приходится на выплату частным сектором процентов по внешним долгам, которых становится все больше. Но основными факторами оттока, по мнению экспертов, остаются теневая экономика и офшоры. Среди владельцев «теневого» капитала в силу роста «коррупционного налога» доля госчиновников существенно увеличивалась с 2005 года. Учитывая это, превращение информации из системы валютного контроля в уголовные дела о коррупции и контрабанде — не технический, а чисто политический вопрос. Основная цель ЦБ - «подступиться» к двум столпам российского теневого сектора — «транзиту» и «серому» импорту.

Как показывает практика, чем более строгими становятся требования по раскрытию информации и выполнению различных требований регуляторов, тем больше денег перетекает в сектор теневого банкинга. Поэтому денежным властям приходится делать решающий выбор: или не доводить процесс регулирования банковского сектора до абсурда, чтобы не допускать полного ухода средств в «тень», или контролировать системные риски, источник которых в основном кроется именно в теневой финансовой системе.

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

С. В. ЛИКИНОВ

Ивановский государственный университет

К СУЩНОСТИ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Налоговое планирование – это часть управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятия в рамках единой стратегии его экономического развития, представляющая собой процесс системного использования оптимальных законных налоговых способов и методов для установления желаемого будущего

финансового состояния объекта в условиях ограниченности ресурсов и возможности их альтернативного использования.

Применение налогового планирования в деятельности фирмы и деловых отношений создает следующие важные преимущества для бизнеса: прояснение возникающих проблем; возможность анализа и использования будущих благоприятных условий; подготовку фирмы к изменениям во внешней среде; стимулирование участников налогового планирования к реализации своих решений в дальнейшей работе; создание предпосылок для повышения образовательной подготовки менеджеров; обеспечение более рационального распределения и использования различных видов ресурсов хозяйствующего субъекта; повышение финансовой устойчивости и значимости предприятия.

На наш взгляд, основной задачей налогового планирования является предварительный расчет вариантов налоговых обязательств по видам деятельности, по конкретным сделкам или по группе сделок. Для ее решения мы предлагаем два пути: во-первых, путем воздействия на элементы налогов; во-вторых, посредством отлаженной системы бухгалтерского и налогового учета, правильности исчисления, полноты и своевременности внесения налогов в бюджет, а также действенного контроля за формированием и исполнением налоговых обязательств. Мы считаем, что в современных условиях одним из инструментов управления налогами является составление налогового бюджета. Он позволяет спрогнозировать суммы налоговых отчислений с целью их оптимизации, а также идентифицировать и предотвратить налоговые риски.

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

Е. Е. МАЛГИНА

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВАЛЮТНОГО РЫНКА РОССИИ

В данной статье мы рассмотрели особенности и тенденции функционирования валютного рынка РФ и наметили перспективы его развития в современных условиях изменений внешнеэкономических отношений России с другими странами. Актуальность данной работы состоит в том, что в современном мире международные экономические отношения не могут существовать без функционирования валютного рынка. Поэтому необходимо проводить его анализ, разрабатывать меры защиты и укрепления национальной

валюты, что в конечном итоге будет способствовать стабилизации экономической системы страны в условиях современной политической и экономической нестабильности.

Одним из важнейших элементов валютного рынка является валютный курс как измеритель стоимостного содержания валют. От эффективности валютных операций и разницы в валютном курсе зависит успешность операций коммерческих банков, что в итоге сказывается на положительных или отрицательных изменениях в национальной экономике. По результатам исследования, мы сделали вывод о том, что в условиях обострения внешнеэкономических отношений России с рядом стран главной особенностью нынешней ситуации в целом становится «скорость развития экономических процессов, связанных с политикой давления на Россию». В данном случае вероятно возникновение проблем с кредитованием и выплатами преимущественно у тех компаний, деятельность которых связана с валютными операциями.

Неуклонное повышение курса мировых валют в 2014 г. по отношению к рублю можно связать, главным образом, со снижающимися ценами на нефть. К этому можно добавить напряженную политическую обстановку после событий марта 2014 г. на Украине и смещение центра внимания мировой общественности к России из-за геополитических изменений (присоединение Крыма к РФ). Также мы пришли к выводу, что необходимо не допустить роста волатильности на валютном рынке РФ, т.к. это приведет к дальнейшему падению рубля и росту инфляции.

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

ЭРНЕСТО С. МБЕВЕ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

Импортозамещение – это замещение импорта товарами, произведёнными отечественными производителями, то есть внутри страны. Для замещения импорта национальными товарами могут быть использованы пошлины и квоты, регулирование, а также субсидирование производств внутри страны и прямой запрет на ввоз определённых товаров из-за границы.

Из-за наложенных санкций США и ЕС Россия вынуждена вести политику по импортозамещению. Однако по нашему мнению

государство столкнется с проблемами, которые необходимо решать в процессе проведения этой политики.

1. Увеличение национального спроса на продукты питания. Россия является крупнейшим импортером мяса, которое составляет одну четверти всего мяса, потребляемого в стране. Также Россия является крупнейшим импортером фруктов.

2. Производство сельскохозяйственного оборудования. Этот шаг направлен на развитие аграрного сектора, имеет ли Россия эти оборудования для поддержания этого сектора? Россия импортирует тракторы, комбайны, сеялки, запчасти для уборочных машин, скарификаторы и культиваторы, и дисковые бороны.

3. Нежелательность других стран торговать с Россией. Россия может иметь в долгосрочном периоде избыток товаров для национального потребления, не имея возможности экспортировать эти товары, что приведет к низким ценам для удовлетворения низкого спроса.

4. Эксплуатация рынка. Поскольку не будет конкуренции производители воспользуются таким моментом эксплуатировать потребителей, производя товары низкого качества по инфляционным ценам.

5. В условиях глобализации страны взаимозависимы друг от друга, поэтому, сегодня практически невозможно для России отделиться от других стран и в то же время рассчитывать на стабильную экономику.

6. Из-за отсутствия дешевых денег, а также общенациональной стратегии импортозамещение реализовать затруднительно.

Сработает ли импортозамещение? На данный момент это вопрос остаётся спорным.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. А. Н. Морозов

Л. Ю. МИНЧУК

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ СТРАХОВАНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ В РОССИИ

Российская банковская система в настоящее время не готова обеспечить реальный сектор экономики долгосрочными кредитными ресурсами, предоставить полный спектр банковских услуг по приемлемой цене, обеспечить одинаковый уровень и разнообразие предоставляемых услуг во всех регионах России.

Сейчас, когда кризис постепенно начинает углубляться, состояние банковской системы оставляет все больше ухудшаться, эти проблемы вытекают из-за недостаточности управления и регулирования Банком России этой системы.

Потери банков на фондовом рынке, финансовый кризис в США, также кризис на Украине все это способствовало тому, что вопросы по управлению банковскими рисками стали актуальными для нашей страны.

Существует принятая классификация банковских рисков: кредитный, риск несбалансированной ликвидности, рыночный (процентный, валютный, фондовый) операционный. Основные проблемы, которые стоят перед финансовыми учреждениями в управлении банковскими рисками: нет четкой схемы, отсутствие необходимой информации, нехватка квалифицированных специалистов. Таким образом, для развития устойчивого банковского сектора государство должно способствовать его формированию и усовершенствованию инфраструктуры регулирования и надзора за банковскими рисками.

Анализируя сегодняшнюю практику российского страхования рисков, нужно говорить о том, что банки не готовы к заключению крупных страховых договоров. На это оказывают влияние, как финансовые причины, а именно банкам такое страхование обходится дорого, так и нежелание допускать страховщика к банковской информации, но без этого невозможно заключить страховой договор. В этом случае ситуацию можно будет изменить тогда, когда у страхователя и страховщика появится страховой интерес, только в этом случае страхование банковских рисков станет допустимым.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

Д. В. МИХАЙЛОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РФ

Развитие и поддержка предпринимательства не первый год является одним из приоритетных направлений государственной финансовой политики. Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Россия в настоящее время находится в условиях экономической

нестабильности. Это отражается на деятельности субъектов малого бизнеса. Возникает ряд проблем.

Так одной из самых острых является проблема дефицита первоначального капитала и оборотных средств, неразвитость производственной инфраструктуры, нехватка специализированного оборудования и т.д.

В области налогообложения малого предпринимательства с 2012 года наблюдается рост фиксированных взносов индивидуальных предпринимателей. Кроме того, поправки в Налоговый кодекс РФ предусматривают введение дополнительных налоговых сборов с субъектов малого бизнеса. Новые налоги должны будут выплачиваться раз в квартал, их размер будет зависеть от вида деятельности и кадастровой стоимости объектов недвижимости.

Несомненно, негативное влияние оказывают санкции со стороны западных стран: они затронули область кредитования предприятий (значительно выросли ставки по кредитам), некоторые иностранные инвесторы приостановили сотрудничество с российскими фирмами, предоставление лизинговых услуг, также возникает прекращение поставок ресурсов, необходимых для поддержания и развития бизнеса.

Мы считаем, что необходимо придать новый импульс развитию данного сектора экономики. При этом доказываем - финансовая поддержка должна осуществляться на основе обязательной оценки эффективности ее использования и учета этого факта при определении инструментов стимулирования на будущий период.

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

Д. М. НАЗИР

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Санкции со стороны США и стран Евросоюза негативно повлияли на банковский сектор России, ограничив доступ к внешним финансовым рынкам. Удорожание фондирования для отечественных банков и организаций вызвало необходимость дополнительного привлечения средств пополнения банками своей ресурсной базы. Санкции и повышение учетной ставки Банком России до 15% годовых привело к резкому скачку процентных ставок по кредитам и депозитам. Если в конце 2013 – начале 2014 года средняя ставка по

потребительским кредитам была на уровне 17% – 18% годовых, то на сегодняшний день её средняя величина равна 25% годовых. Подобный рост наблюдается и в кредитовании юридических лиц: отсутствие доступных кредитов неблагоприятно сказывается на финансировании малого и среднего бизнеса. Банки ужесточают требования к своим заемщикам, напуганные кризисом они пытаются найти «идеальных» заемщиков. На рынке ссудных капиталов преобладает предложение кредитных ресурсов на короткий срок, что ограничивает инвестиционные возможности предприятий.

Чтобы привлечь больше капитала коммерческие банки прибегнули к резкому повышению процентных ставок по вкладам населения, если в середине 2014 года средняя ставка по вкладам составляла 8,5%, то на сегодняшний момент – 17% годовых, правда сроки предоставления таких вкладов в большинстве случаев не превышают 1 года. К тому же в декабре 2014 года была внесена поправка в закон « О страховании вкладов», согласно которой страхование вкладов физических лиц увеличилась до 1 400 000 рублей. Кроме того, ряду банков были выделены средства из Фонда национального благосостояния и Резервного фонда для пополнения их капитала.

В связи с тесным сотрудничеством России и КНР ряд российских банков устремили свой взор на китайский финансовый рынок для привлечения дополнительного капитала в банковский сектор РФ. Между Россией и КНР в октябре месяце 2014 были подписаны ряд документов, облегчающих доступ наших банков к китайскому финансовому рынку. Это позволило привлечь в банковский сектор значительный объем долгосрочных финансовых ресурсов.

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

Е. С. НИКИТИНА

Ивановский государственный университет

ОБ УПРАВЛЕНИИ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

В современных условиях основной задачей банковского менеджмента является управление кредитными рисками при осуществлении потребительского кредитования. Управление рисками при кредитовании физических лиц включает три элемента. Во-первых, идентификацию риска, которая включает информацию о заемщике и

его деятельности. Во-вторых, оценку степени риска – это оценка кредитоспособности физического лица на основе анкетирования, изучения кредитной истории, показателей платежеспособности. В-третьих, мониторинг риска – это определение и отслеживание динамики контрольных показателей риска заемщика, а также разработка стандартных требований банка к заемщикам.

На наш взгляд, в целях управления кредитными рисками потребительского кредитования необходимо поэтапно совершенствовать систему предотвращения мошенничества, которая позволит оперативно реагировать на признаки мошеннических действий.

Во-первых, выявить противоправные действия, а именно мошенничество такого рода как: искажения персональных данных самими клиентами, с привлечением лиц вне банка, а также фактов мошенничества с участием сотрудников банка. Во-вторых, определить источники и субъектов мошеннических действий: организованные преступные группировки, мошенников-одиночек, «черных» брокеров, сотрудников банка. На третьем этапе, при отсутствии признаков или наличии косвенных признаков мошенничества, отправить анкету заявителя на техническую обработку. При явных признаках мошеннических действий анкета автоматически отклоняется, и заявитель получает отказ в кредите. На четвертом – проконтролировать за правильностью обработки информации и принятием решения по заявке. На пятом этапе – организовать сопровождение выданных потребительских кредитов и мониторинг результатов погашения кредитов.

За счет накопления информации о выявленных фактах мошенничества, выработки правил его выявления, система предотвращения мошеннических действий совершенствуется, улучшается качество опознавания мошеннических заявок.

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

А. Д. НОВИКОВА

Ивановский государственный университет

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА В РОССИИ

В современной России происходит реформирование экономики, осуществляется переход на рыночные отношения во всех национальных отраслях. Рыночные отношения в страховании

представляют собой экономические отношения, являющиеся совокупностью товарно-денежных отношений, возникающих в результате купли-продажи страховых услуг.

В Российской Федерации рынок страхования достаточно молод по сравнению с рынками развитых государств, которые начали развиваться сотни лет назад и в которых давно сформировались системы надзора, отработана практика и технология страхования. Поэтому развитие страхового рынка в России довольно сильно отличается от эффективно развивающегося страхового рынка ведущих стран.

Однако за последние десятилетия на российском страховом рынке появились крупные страховые фирмы, которые оказывают страховые услуги, отвечающие мировым стандартам.

Складывается инфраструктура российского страхового рынка, которая так же свидетельствует об его позитивном развитии. Инфраструктура рынка должна представлять собой слаженно работающий механизм, от которого зависит стабильность рынка.

Анализируя отечественный страховой рынок, можно привести довольно большое количество причин, которые сдерживают его развитие. Среди них можно отметить факторы, имеющие как внутренний состав (квалификация кадров, уровень финансового потенциала, качество сбыта страховой продукции, несоответствие мировым стандартам требований к платежеспособности), так и факторы, которые вызваны особенностями развития российской экономики (степень платежеспособности предприятий и граждан, нормативно-правовая и регулирующая база, монополизация страховых компаний, недобросовестная конкуренция).

Таким образом, дальнейшее развитие страхового рынка России требует устранения обозначенных выше сдерживающих причин. Кроме того, необходимо формирование действенного страхового законодательства.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

А. Л. НОВИКОВА

Ивановский государственный университет

ВВЕДЕНИЕ НАЛОГА С ПРОДАЖ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

В условиях современной экономической нестабильности, введения санкций в отношении России, существования «теневого»

экономики, невозможности точного определения доходов физического или юридического лица, уклонения от обложения прямыми налогами, косвенные налоги становятся более надежным источником доходов бюджета.

Одним из косвенных налогов, наряду с уже существующими налогами, может стать налог с продаж. Необходимость нового источника доходов для регионов объясняется дефицитом значительной части бюджетов субъектов РФ.

О введении налога с продаж на региональном уровне с 1 января 2015 года уже давно шли дискуссии. Был разработан механизм его исчисления, была предложена ставка налога в размере от 0 до 3 %. Однако на совещании у Президента РФ было принято решение по отклонению данного законопроекта, но идея может быть воплощена уже через год или несколько лет.

Данный налог успешно существует в зарубежных странах. В России, являясь источником региональных бюджетов, возможно, он повлиял бы на их сбалансированность, поскольку косвенные налоги наиболее собираемые. Ведь другой косвенный налог – НДС в полном объеме зачисляется в доходы федерального бюджета.

Но, на наш взгляд, введение данного налога не решит проблемы депрессивных регионов РФ. В силу особенностей налога выгоды получают «места концентрации платежеспособного спроса», такие как Москва, Московская область и Санкт–Петербург. Кроме того, увеличение налоговой нагрузки отразится на: 1) снижении собираемости налога; 2) развитии теневой экономики; 3) сокращении реальных доходов населения; 4) сжатии потребительского спроса.

Учитывая все проблемы, имеющиеся на данный момент в нашей стране, мы считаем, что возвращение налога с продаж будет целесообразным лишь при параллельном снижении других налогов. Лишь в этом случае законопроект будет экономически оправдан, хоть и сохранит за собой большинство недостатков.

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

Ф. НОСИРОВ

Ивановский государственный университет

СОХРАНЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ

Значительный рост операций платежных систем в последние годы обострил проблему нехватки ликвидности у коммерческих банков, что, в свою очередь, приводит к усилению системного риска, способного вызвать серьезные сбои в работе банковского сектора и финансовых рынков страны.

Одной из тенденций последнего времени в сфере денежных расчетов является быстрый рост популярности платежных систем (далее – ПС) для проведения крупных платежей, действующих в режиме реального времени (Real Time Gross Settlement Systems – RTGS). Системы RTGS относятся к категории «системно значимых», что определяет их особый статус для обеспечения устойчивого и безопасного осуществления денежных переводов в народном хозяйстве.

Одним из внешних источников ликвидности, используемых участниками систем RTGS, являются денежные средства, поступающие на их счет в течение дня от их контрагентов-плательщиков.

В настоящее время в практике работы ПС широко применяются специальные механизмы экономии ликвидности (liquidity-saving mechanisms), которые позволяют более эффективно ее использовать. К ним относятся, в частности, такие способы, как ведение очередей поступающих в систему платежных поручений, позволяющее отсрочить выполнение платежа до момента пополнения счета плательщика; использование особых алгоритмов в работе системы для проведения двусторонних или многосторонних взаимозачетов встречных платежей участников; установление приоритетности определенных видов переводов и ряд других методов.

Все эти приемы позволяют сократить потребность в ликвидности и ускорить процессинг платежей, но не дают кардинального решения проблемы дефицита денежных средств. Главный вывод состоит в том, что помимо показателей банковской сферы а также финансовых индикаторов общего характера на развитие ПС значимое воздействие оказывают меры центральных банков по предоставлению дополнительной ликвидности участникам расчетов.

К. И. ПИТАЛЕВА

Ивановский государственный университет

ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность данной темы состоит в том, что финансовый рынок сегодня - это один из самых важных институтов привлечения инвестиций в отечественную экономику; создание в России развитого государства невозможно без создания развитого финансового рынка. Российские финансы давно интегрированы в мировые финансы, а наш финансовый рынок уже много лет является неразрывной частью мировой финансовой системы. В 2008 году в России была принята «Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года», которая ставит цель обеспечить ускоренное экономическое развитие страны «посредством качественного повышения конкурентоспособности российского финансового рынка и формирования на его основе самостоятельного финансового центра».

В настоящее время отрицательная динамика в отечественной экономике и на финансовых рынках, вызвана следующими причинами: Во-первых – это санкции против России со стороны ряда государств. Во-вторых, – резкое падение мировых цен на нефть. В-третьих, – политика популизма, которая не принимает в расчет расходы и доходы бюджетов, не учитывающие снижение мировых цен на нефть, а также проблемы, связанные с ограничением доступа России к иностранному капиталу. В качестве отдельной составляющей этой государственной политики стоит выделить пенсионный мораторий. К этим проблемам можно также добавить высокий уровень коррупции, сложность открытия и ведения собственного бизнеса, запутанность отечественной законодательной базы.

Ряд экономистов выделяют основные способы оздоровления реального и денежного капитала в России и оживления инвестиционной деятельности: преодоление утечки капитала из отраслей материального производства в сферу обращения и за границу, а также стимулирование возврата отечественного капитала в страну; улучшение макроэкономической конъюнктуры и инвестиционного климата для отечественных и иностранных инвесторов; снижение процента за долгосрочный банковский кредит; развитие ипотеки; повышение эффективности использования

бюджетных инвестиционных ресурсов; налоговая реформа для расширения инвестиционных возможностей и пр.

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

У. Н. ПРОКОФЬЕВА

Ивановский государственный университет

ПЕРСПЕКТИВЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Резкий рост ключевой ставки, обесценение рубля и снижение доступа к мировым финансовым ресурсам – всё это в конце прошлого года предрекало крайне низкие темпы банковского кредитования.

В России с нового года резко увеличились процентные ставки по кредитам. Основным поводом для этого стало увеличение Банком России ключевой ставки, под которую он одалживает средства коммерческим кредитным структурам. Банкиры тоже не стали исключением, и сразу после увеличения ключевой ставки до 17% повысили ставки по кредитам.

Однако за последние годы государство всерьез взялось за контроль над кредитами коммерческих банков. Им запретили взимать большинство комиссий, ранее составляющих почти половину их дополнительной прибыли, а также обязали выносить полную стоимость кредита на первую полосу договора займа. При злостном же нарушении Центральный Банк стал отбирать лицензии.

С 1 января 2015 года был принят закон, ограничивающий наибольшую величину процентной ставки. Этот закон устанавливает максимальную стоимость займа на отметке 46,8% в год. С 1 марта этого года, согласно поправкам в Федеральном Законе № 218 «О кредитных историях», кредитная история российских заемщиков изменяется. «Повышается значимость кредитной истории как для россиян, так и для кредиторов, – отмечает генеральный директор Национального бюро кредитных историй А. Викулин. – Это позволит повысить ответственность участников процесса кредитования, сделать его более прозрачным и эффективным».

С одной стороны, государство принимает меры для улучшения процесса банковского кредитования и повышения его темпов. Но с другой – существует вероятность роста рынка частного кредитования. Более того, ожидается, что коммерческие банки станут еще сильнее ужесточать требования к потенциальным заемщикам, особенно по

крупным кредитам, и все это отрицательно отразится на конечных потребителях.

Для российского кредитного рынка нынешние события – это достаточно серьезное испытание, поэтому надо приложить все усилия для решения имеющихся проблем.

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

И. В. ПУЗЫРЕВ

Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РФ. ПУТИ ВЫХОДА

Начиная с марта 2014 года более десятка международных организаций объявили России экономические санкции, связанные с нестабильной политической ситуацией в Украине. На сегодняшний день большинство развитых стран мира выразили свое недовольство проводимой РФ внешней политикой. Какие сложности для банковского сектора возникли в связи с введением экономических санкций? Есть ли выход из сложившейся ситуации?

Во-первых, возникает проблема, связанная с ограничением доступа к западным кредитным ресурсам. Летом 2014 года США и ЕС ввели санкции против шести крупнейших коммерческих банков РФ. В результате крупнейшие российские госбанки лишились доступа к дешевым денежным ресурсам запада. Многие банки кредитовались за рубежом с надеждой на то, что они и дальше будут пользоваться зарубежными ресурсами и рефинансировать свой долг. Выходом из этой ситуации может послужить поддержка со стороны Банка России. Помимо поддержки ЦБ РФ российские банки могут рассчитывать на заемные средства, предоставленные азиатскими странами.

Во-вторых, возникает проблема, связанная с работой международных платежных систем на территории России. В марте 2014 года международные платежные системы прекратили проводить операции для клиентов пяти банков РФ. Подобный прецедент негативно сказывается на системе безналичных платежей России. Госдума внесла поправки в законодательство, которые позволят создать в России независимую Национальную систему платежных карт. Кроме того, необходимо наладить систему взаимоотношений с китайской платежной системой.

В-третьих, возникает проблема, связанная с сообществом всемирных межбанковских финансовых телекоммуникаций SWIFT. По

оценкам экспертов исключение из системы банковских платежей приведет к замедлению операций и росту числа посредников.

Банковская система РФ способна противостоять вызовам со стороны западных стран. При этом нельзя отрицать, что это противостояние ведет к росту издержек и ограничению возможностей банковского сектора.

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

В. С. РАНЖИНА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Сегодня тема финансовой устойчивости организаций, а также проблем ее обеспечения вызывает повышенный интерес как среди теоретиков, так и практиков экономической науки. Вследствие серьезного изменения условий ведения бизнеса, стремления обеспечить конкурентоспособность российских фирм, а также необходимости импортозамещения товарами отечественных компаний, перед экономистами стоит задача обеспечить устойчивость российского бизнеса, в том числе и финансовую.

Сложилась такая ситуация, что ряд предприятий испытывают недостаток средств для собственного развития (недостаточная финансовая устойчивость). Но есть и предприятия, столкнувшиеся с проблемой «избыточной» финансовой устойчивости. Речь идет не о том, что предприятие слишком хорошо функционирует, а о том, что количественные индикаторы финансовой устойчивости завышены, что уже говорит о неэффективном управлении предприятием, отягощении баланса запасами и резервами.

Следует отметить, что в текущем 2015 году будет наблюдаться ухудшение финансового состояния российских предприятий. В связи с тем, что снижается кредитная активность из-за ограничения доступа компаний к заимствованию на мировых финансовых рынках, а также ухудшения условий кредитования. Данные обстоятельства будут способствовать ухудшению качества долга предприятий и росту просроченной кредиторской задолженности.

Также не улучшает ситуацию колебание курса рубля, его стремительное падение в 2014 году, а также санкции, введенные в отношении России. Многие компании, до этого успешно работавшие

на иностранном сырье и материалах, столкнулись с проблемой обеспечения бесперебойного функционирования вследствие потери времени из-за необходимости искать качественные аналоги на рынке российских товаропроизводителей либо по причине дороговизны иностранных материалов, либо невозможности их покупки в связи с санкционными списками.

Таким образом, сегодня большую значимость приобретают поиск новых методов и способов оценки финансовой устойчивости организаций, а также моделей управления ею в условиях неопределенности как российской, так и мировой экономики.

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

М. РЕУТОВА

Ивановский государственный университет

ИНТЕГРАЦИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ В МИРОВОЙ РЫНОК СТРАХОВЫХ УСЛУГ

В нашем исследовании рассматривается вопрос интеграции отечественного рынка страхования в мировой рынок страховых услуг. Данная дискуссия выявила столкновение интересов его участников с интересами международных страховщиков. Одной из причин явились разногласия в ходе переговоров о вступлении России в ВТО по условиям допуска иностранных страховых компаний на российский рынок.

Последствием вступления России в ВТО является, что в 2021 году свои филиалы на российском страховом рынке откроют лишь 10-20 иностранных страховых компаний, так как, во-первых, большинство активных мировых игроков уже и так присутствуют в России и, во-вторых, условия открытия филиалов будут достаточно жесткими (значительный опыт работы, совокупные активы не менее \$5 млрд).

Российский рынок весьма перспективен для иностранных компаний. Требования и ограничения относительно деятельности иностранных страховых организаций на российском рынке с участием иностранного капитала устанавливаются Федеральным законом «Об организации страхового дела в Российской Федерации».

Наиболее удобный и поэтому распространенный способ выхода на российский рынок для иностранцев – приобретение доли в действующей российской страховой компании, при этом на отечественный рынок приходят технологии, уже опробованные и

отшлифованные в странах с более давней историей рыночного страхования. С приходом иностранных компаний одновременно ужесточается конкуренция. Некоторые крупнейшие страховщики с исключительно российским капиталом постепенно выходят на рынки ближнего зарубежья и, без сомнений, в обозримой перспективе смогут претендовать на существенное присутствие в странах Европы и Азии.

В результате постепенная интернационализация российского рынка страхования благоприятно сказывается на стоимости услуг и качестве обслуживания, то есть создает большие преимущества для потребителей.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

Ю. В. САВЕЛЬЕВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Управление оборотным капиталом – важная составляющая всей политики управления организации. Предприятие в случае эффективного управления своими и чужими оборотными средствами может добиться рационального экономического положения, сбалансированного по ликвидности и доходности.

В этой связи политика управления оборотными активами должна базироваться на обеспечении платежеспособности предприятия и определении оптимального объема и структуры оборотных активов. Оборотные активы предприятия могут финансироваться как за счет собственных так и за счет заемных средств. Поэтому определение необходимой потребности в оборотных средствах ставит перед финансовым менеджером задачу выбора оптимальной структуры источников финансирования оборотных средств. Под составом оборотных средств понимают совокупность элементов, образующих оборотные средства, которые классифицируют по следующим признакам: по экономическому содержанию: оборотные производственные фонды, фонды обращения; по особенностям контроля, планирования и управления: нормированные, ненормированные; по источникам формирования: собственные, заемные, привлеченные; по степени ликвидности: абсолютно ликвидные средства, быстро реализуемые средства, медленно реализуемые средства; по материально-вещественному содержанию: предметы труда (сырье, материалы, топливо, незавершенное производство и проч.), готовая продукция, товары, краткосрочные

финансовые вложения, средства в расчетах, денежные средства; по степени риска: оборотные средства с минимальным риском вложений, с малым риском вложений, со средним риском и с высоким риском вложений. Наличие у организации достаточных оборотных средств является необходимой предпосылкой для ее нормального функционирования в условиях рыночной экономики.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сущность оборотных средств определяется их экономической ролью, необходимостью обеспечения воспроизводственного процесса, включающего как процесс производства, так и процесс обращения.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

В. С. САФРОНОВА

Ивановский государственный университет

УКРЕПЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

Анализ параметров бюджета города Иваново за 2012-2014 гг. позволил выявить, что имеет место устойчивая положительная динамика показателей бюджета, сопровождающаяся ростом его дефицита. Характерной чертой формирования доходов бюджета в анализируемом периоде становится их зависимость от безвозмездных поступлений, доля которых в доходах бюджета в 2014 году составила 48,5%.

Столь высокий уровень межбюджетных трансфертов свидетельствует не только об усилении внимания к финансовым проблемам муниципалитетов, но и о снижении степени самостоятельности органов местного самоуправления, а также повышении их зависимости от бюджетов других уровней.

Для улучшения материального положения муниципального образования и повышения автономии местного бюджета, на наш взгляд, необходимо увеличение его собственной доходной базы.

Введение налога на недвижимость позволит обеспечить достаточный и стабильный уровень поступлений в местные бюджеты благодаря долговечности объектов недвижимости. Согласно оценкам Министерства финансов РФ, от введения данного налога бюджетная система страны получит от 67 до 100 млрд. руб.

Плательщики данного налога с 2015 года будут вносить в бюджет муниципального образования вместо двух ранее уплачиваемых налогов (налог на имущество физических лиц и

земельный налог) лишь единый налог на недвижимость. Местным органам власти, в свою очередь, легче выявить наличие недвижимого имущества физического лица, что способствует повышению собираемости данного налога. Кроме того, на месте можно осмотреть недвижимое имущество и оценить размер налога без сокрытия его части. Таким образом, создаётся более устойчивый и надёжный источник пополнения собственной доходной части местного бюджета.

Доходы от реформирования системы налогообложения, на наш взгляд, смогут заменить дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности муниципального образования, что приведёт к повышению его финансовой независимости за счёт сокращения доли безвозмездных поступлений в структуре собственных доходов бюджета.

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

Н. А. СЕРГЕЕВА

Ивановский государственный университет

ПРИОРИТЕТЫ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

В настоящее время многие субъекты хозяйствования столкнутся с проблемой нехватки оборотного капитала, что замедлит движение финансовых потоков внутри реального сектора экономики и повлияет на динамику ВВП. Действенным механизмом, способным устранить возникающую экономическую неустойчивость и отраслевую дифференциацию, является бюджетное финансирование. Кроме того, оно выступает основным средством достижения социальной стабильности и повышения благосостояния населения.

В России применяется программный формат формирования бюджетных расходов, переход к которому начался в 2013 г., в том числе и в Ивановской области. Например, региональным бюджетом на 2015 г. и на плановый период 2016 и 2017 гг. предусмотрено финансирование государственных программ, направленных на социальную поддержку граждан – 20,34%, развитие образования – 18,87%, здравоохранение – 16,45%, а также достижение сбалансированности и устойчивости бюджетной системы области – 16,48%. Вместе с тем, не уделяется должного внимания развитию сельскохозяйственной отрасли – 2,05%, поддержке субъектов малого и среднего бизнеса – 0,39%, созданию текстильно-промышленного кластера. Безусловно, социальная направленность бюджетного финансирования, а также расходы, связанные с предотвращением

кризисных ситуаций в регионе, должны сохраняться. Однако подобное расходование средств не предоставляет возможности совершенствованию экономики области, созданию промышленности.

В условиях экономического кризиса и дефицита бюджетных средств возникает потребность в реорганизации порядка распределения бюджетных ассигнований. С целью финансирования приоритетных направлений деятельности, гарантирующих развитие региона, наблюдается необходимость в осуществлении мер, направленных на достижение эффективности, рациональности и обоснованности расходования бюджетных средств. Подобные мероприятия позволят высвободить средства, используемые неэффективно, объединить в резервный фонд и перераспределить по направлениям деятельности, в которых наблюдается их существенный недостаток.

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

М. В. СИМАКОВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

На современном этапе развития экономики любое предприятие функционирует в жестких условиях конкурентной среды. Эффективность работы предприятия в таких условиях особенно в долгосрочной перспективе, которое предполагает не просто выживание на рынке, а обеспечение высоких темпов развития и повышение конкурентоспособности, определяется уровнем финансового потенциала и качеством управления на предприятии, что обеспечивается в известной мере эффективной организацией системы управления собственным капиталом в компании.

Собственный капитал является основой финансовой устойчивости и стабильного функционирования любой организации. Собственный капитал представляет собой величину вложения собственников, изменившуюся под воздействием фактов хозяйственной деятельности, в виде стоимости активов, не обремененных обязательствами, используемыми обществом с целью получения доходов

Управление собственным капиталом связано не только с обеспечением эффективного использования уже накопленной его части, но и с формированием собственных финансовых ресурсов,

обеспечивающих предстоящее развитие организации. Цель управления собственным капиталом – обеспечение устойчивого и эффективного развития бизнеса организации.

Первые теоретические разработки, во многом определившие последующее развитие методов управления собственным капиталом, принадлежат Б. Котрули, Л. Пачоли, Ж. Савари, И. Шерр, Ж. Дюмарше, О. Шмаленбаху. Вопросам управления собственным капиталом в современных условиях посвятили свои работы такие отечественные учёные и практики, как: И. Н. Богатая, А. С. Бакаев, Л. Т. Гиляровская, А. Г. Грязнова, Д. А. Ендовицкий, В. Б. Ивашкевич, В. В. Ковалёв, М. И. Кутер, М. В. Мельник, В. Ф. Палий, В. В. Патров, А. Д. Шермет и др.

Таким образом, собственный капитал является финансовой основой организации, а знание как правильно им управлять – это залог предстоящего развития организации, ее финансовой устойчивости, следовательно, получение ожидаемой прибыли от ее деятельности.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

Н. Е. СМУРОВА

Ивановский государственный университет

О ЗНАЧЕНИИ ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЫ

Неэффективность действующей пенсионной системы, опасность обесценения пенсионных накоплений граждан обусловили проведение пенсионной реформы.

Одним из итогов реформирования должно стать вовлечение гражданина в активное участие формирования собственной пенсии за счет предоставления ему выбора направленности уплаты страховых взносов, а также выбора путей инвестирования накопительной части пенсии.

Мы уже знаем, что с 1 января 2015 года вводится новый порядок формирования пенсионных прав граждан и расчета пенсии в системе обязательного пенсионного страхования – так называемая «новая пенсионная формула». Трудовая пенсия трансформируется в два вида пенсий: страховую и накопительную, причем до 31 декабря 2015 года гражданам необходимо сделать выбор о необходимости формирования накопительной части пенсии.

Однако стоит отметить, что существуют проблемы с механизмом становления накопительной пенсии. Во-первых, новый способ расчета пенсии, знание которого необходимо для принятия

решения, сложен для понимания. Во-вторых, для рационального выбора необходим предварительный анализ предложенных альтернатив, ведь приняв решение о формировании накопительной пенсии, гражданин уменьшает пенсионные права на формирование страховой части, и наоборот. Так, при отказе от формирования пенсионных накоплений максимальный годовой пенсионный коэффициент, установленный в соответствии с новой формулой – 10, при продолжении формирования – 6,25 (с 2021 года). Проведение же такого анализа предполагает наличие специальных знаний, которыми обладает лишь малая часть населения.

Учитывая низкий уровень финансовой грамотности граждан, большая часть будущих пенсионеров, либо не сделает свой выбор, либо решение будет принято спонтанно и необоснованно. Именно поэтому Пенсионный фонд должен разработать меры для информационного оповещения граждан и консультаций специалистов по возникающим вопросам.

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

Е. В. СОЛДАТОВА

Ивановский государственный университет

ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ БАНКА

Развитие современных финансово-экономических отношений характеризуется глубинными трансформационными процессами, происходящими в банковском деле, применением инноваций в организации и формах обслуживания клиентов, методах управления банком. Прежде всего, это относится к отрасли банковского бизнеса, связанной с поиском, привлечением и удержанием финансовых ресурсов, которые способны стать банковским капиталом, приносящим прибыль, трансформируясь в эффективные инвестиции. Современный период развития отечественной банковской системы характеризуется усилением роли финансов физических лиц и банковской конкуренции за сбережения населения. В связи с этим проблема формирования стратегии обеспечения устойчивой депозитной базы стоит перед каждым коммерческим банком. Из проведенного анализа литературы можно сделать вывод, что на протяжении последнего времени единственным реальным источником пополнения ресурсной базы российских коммерческих банков остаются денежные сбережения населения. Именно эти сбережения

следует рассматривать как базу для потенциальной возможности осуществления модернизации экономики. Источником накопления сбережений является доходная часть бюджета населения, которая состоит из натуральных и денежных доходов. Но доход, полученный в натуральном выражении, не пригоден для накопления, поэтому население использует его для удовлетворения собственных потребностей, а остаток натурального дохода, как правило, превращают через продажу в денежный доход, так как доход в денежной форме более удобен для накопления сбережений.

Таким образом, для решения проблемы формирования устойчивой ресурсной базы банка за счет депозитов коммерческом банку необходимо постоянно проводить работу с населением с целью выявления приоритетных потребностей клиентов, расширять список и условия вкладов, обращая особое внимание на срочные вклады, поддерживать репутацию банка с целью привлечения большего количества ресурсов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

Г. СУРМАНИДЗЕ

Ивановский государственный университет

ВНЕДРЕНИЕ БАЗЕЛЬСКИХ СТАНДАРТОВ В БАНКОВСКУЮ СИСТЕМУ РОССИИ – НОВЫЙ ШАГ К НАДЕЖНОСТИ

В настоящее время в Российской Федерации происходит активное внедрение в системы банковского регулирования базельских стандартов. Банком России предусмотрено, что полный переход банковской системы на стандарты Базель III будет завершен к 1 января 2019 г. Безусловно, важнейшим решением стало повышение требований к качеству и достаточности капитала. В частности, меняется расчет базового и дополнительного капитала. следовательно перед российскими банками стоит непростая задача - переоценка компонентов капитала, а следовательно, и показателя достаточности капитала первого уровня N1. Уровень данного показателя, составлявший на начало 2013 г. 13,7%, создавал определенный запас прочности для банков. В условиях 2014 г. его поддержание потребовало дальнейшего роста собственного капитала ведущих российских банков.

Надзорные органы не в состоянии абсолютно точно оценить риски кредитного портфеля банковского сектора, следовательно, в качестве основной меры укрепления банков избирается наращивание

собственного капитала банков. Одновременно применяется новый инструмент – стресс-тестирование состояния конкретных банков при моделировании экономической ситуации на базе различных сценариев ее развития. Такой подход позволяет выработать оценку рисков и предложить ясные требования по любому конкретному банковскому институту.

Практически в ближайшие годы банковской системе предстоит развиваться в достаточно сложных условиях. Рост рисков банковской деятельности увеличивается и вызывает усиление требований Центрального Банка по наращиванию достаточности капитала и резервов. Одновременно это является фактором определенного торможения увеличения активов, то есть снижения доступности банковских кредитов для потенциальных заемщиков.

Таким образом, фактическое присоединение российской банковской системы к международным «правилам игры» уже получило мощное развитие. Движение в данном направлении должно быть продолжено.

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

Е. Д. ТАРАНОВА

Ивановский государственный университет

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ

Сегодня платежные системы с использованием пластиковых карт и электронные платежные системы являются одними из самых популярных и распространенных в мире платежных систем. Они позволяют банкам значительно расширять сферу своих услуг, охватывая все большие объемы бездоходных для него наличных операций, переводя их в безналичные – доходные. Очевидные преимущества расчетов с помощью банковских карт заключаются в высокой скорости их проведения (суммы списываются со счета плательщика и зачисляются на счет получателя практически мгновенно), возможности использования банковского кредита, сокращение затрат на эмиссию, транспортировку, хранение и пересчет наличных денег. При этом современная жизнь немыслима без современных технологий. Удобство и мобильность – вот главные характеристики современных технологичных продуктов, к которым, безусловно, можно отнести и банковские карты.

В настоящее время российские банки начинают выпуск и обслуживание карт с технологией бесконтактной оплаты

(MasterCard PayPass и VISA payWave). Такие карты оснащены встроенным чипом и антенной, которые передают по радиоканалу на бесконтактный терминал информацию о платеже.

В конце прошлого года Альфа-Банк и VISA представили новый инновационный банковский продукт, не имеющий аналогов в мире – карту «Близнецы», который объединяет в себе две полноценные карты – дебетовую и кредитную, совмещенных на едином материальном носителе. На каждой стороне карты «Близнецы» имеется своя магнитная полоса, уникальный номер карты и CVV2 код для электронной коммерции. Наличие двух чипов с различными ПИН-кодами снижает вероятность ошибочного использования какой-либо из сторон карты.

Таким образом, внедрение и использование новых передовых технологий и программ, расширение спектра банковских услуг и качественного сервиса, который увеличивает лояльность пользователей, постоянное исследование и анализ рынка – все это способствует созданию банками для своего клиента его «идеальной карты».

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

Н. В. ТАРАСОВА

Ивановский государственный университет

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В современных условиях структурного кризиса национального финансового рынка и международных экономических санкций национальные банки переживают трудный период. В связи с этим банковская конкурентоспособность является одной из ключевых характеристик, поскольку отражает финансовые, экономические, инновационные и иные возможности не только конкретного коммерческого банка, но и всего банковского сектора страны.

Конкурентоспособность коммерческого банка можно рассматривать как комплексный показатель, определяющий надежность, репутацию и стабильность его деятельности в глазах потенциальных клиентов, а также способность наиболее полно по сравнению с конкурентами удовлетворять требования потребителей.

Стратегической целью банка является увеличение прибыли посредством привлечения максимального числа клиентов, расширения рынка сбыта своих продуктов и услуг, увеличения рыночной доли. По

этой причине банки находятся в жестких рамках конкуренции за сохранение и улучшение своего рыночного положения.

В процессе ведения конкурентной борьбы возникает проблема оценки уровня конкурентоспособности коммерческих банков, направленной на выявление плюсов и минусов в их деятельности. Рассмотрев множество существующих авторских методик оценки конкурентоспособности банков, можно заметить, что пока не существует такой, которая бы не имела каких – либо недостатков. Поэтому, весьма актуальным является поиск возможности применения методики, которая включала бы анализ важнейших направлений деятельности банка и являлась универсальной для заинтересованных субъектов финансового рынка.

Для развития конкуренции в банковском секторе необходимо усиливать рыночную концентрацию, развивать и внедрять новые банковские услуги, повышать качество обслуживания клиентов, снижать процентные ставки, упростить процедуры кредитования и определит наиболее доходные направления деятельности банка. Также важным показателем работы банка является сочетание хорошего качества услуги и приемлемой для клиента цены. Реализация данных направлений развития позволит сохранить устойчивость банка, упрочить лидирующие позиции в банковской сфере.

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

С. А. ТЕПОЯН

Ивановский государственный университет

ДЕПОЗИТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В современных условиях экономической нестабильности на финансовых рынках, в результате снижения темпов роста традиционных источников формирования ресурсной базы произошли существенные изменения в структуре пассивов кредитных организаций. Данное обстоятельство побудило коммерческие банки усилить свое внимание к системе формирования и управления портфелем пассивов. Оптимально высокий уровень системы управления портфелем пассивов способствует укреплению финансовой устойчивости коммерческого банка и делает его менее подверженным влиянию политических и экономических рисков. В связи с этим одним из важнейших этапов в процессе реализации эффективной портфельной политики банка должен стать анализ

проблем разработки стратегии формирования и управления депозитными источниками привлеченных средств.

Способность руководства коммерческого банка заинтересовать своих потенциальных клиентов в открытии вкладов и депозитных счетов – основной критерий признания банка общественно значимым институтом. Важным показателем эффективности формирования и управления банковским портфелем является управление депозитным портфелем с наименьшими издержками и наибольшей ресурсной базой для финансирования тех активных операций, которые банк желает предоставить. Поэтому основной проблемой для банков является повышение объемов привлечения депозитных средств. Для решения поставленной проблемы решается ряд задач: изучение понятия ресурсной базы банка, понятия депозита и депозитной политики, анализ влияния различных факторов на объем привлечены коммерческим банком депозитов. Решающее воздействие на объем и структуру депозитов в настоящее время оказывает денежно-кредитная политика государства. Внутренние ориентиры портфельной политики банка в части создания количественной и качественной депозитной базы определяются в процессе банковского менеджмента.

Наиболее эффективным инструментом управления депозитами является, по нашему мнению, банковский процент, устанавливаемый в зависимости от срока и величины депозита.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

С. В. ТЕРЯЕВА

Ивановский государственный университет

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях для осуществления эффективной деятельности организаций особо актуальной является проблема мобилизации и эффективного использования инвестиций.

Инвестиционная активность является составной частью деловой активности хозяйствующих субъектов, включающей также производственную, инновационную, рыночную, маркетинговую и иную активность. Стимулирование инвестиционной деятельности, выработка четкой стратегии инвестирования, определения ее приоритетных направлений, мобилизация всех источников инвестиций является важнейшим условием устойчивого и качественного развития предприятий. Инвестиции – это денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права,

имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской или иной деятельности в целях получения прибыли и достижения иного полезного эффекта. Соответственно, инвестиционной деятельностью признается вложение инвестиций, и осуществление практических действий в целях получения прибыли и достижения иного полезного эффекта. Основным нормативным документом, регулирующим инвестиционную деятельность в целом и вопросы управления инвестициями является Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. N 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».

Инвестирование представляет собой один из наиболее важных аспектов деятельности любого динамично развивающегося предприятия (организации). Основной целью инвестиционной политики предприятия является создание оптимальных условий для вложения собственных и заемных финансовых и иных ресурсов, обеспечивающих возрастание доходов на вложенный капитал, для расширения экономической деятельности предприятия, создания лучших условий для победы в конкурентной борьбе.

Таким образом, инвестиционная политика играет ключевую роль в развитии предприятия и влияет на финансовые результаты деятельности компании.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. М. Корягина

Ю. С. ТРЕТЬЯКОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2015 – 2017 гг.

Экономическая ситуация в России ухудшается. Об этом говорят аналитики, это подтверждают ежедневные новости: спад мировых цен на энергоресурсы, введение экономических санкций в отношении России в связи с событиями в Крыму и на востоке Украины. Такое резкое ухудшение экономической обстановки побудило Правительство РФ прибегнуть к разработке ряда первоочередных мероприятий по обеспечению в стране устойчивых темпов развития экономики, мобилизации рынка труда, снижения инфляции и смягчение последствий роста цен на товары первой необходимости для семей с низким уровнем доходов.

Правительство называет направления своей деятельности, среди которых указаны поддержка импортозамещения, содействие развитию малого и среднего бизнеса, оптимизация затрат бюджета, привлечение иностранных инвестиций и т.д. Все это можно выполнить только при условии существования эффективной системы государственного управления и доверия к ней граждан и инвесторов.

Существующая в настоящее время система государственного управления и принципы ее работы, напротив, будут препятствовать выполнению этих задач.

1. Рост частных инвестиций. Такой рост невозможен без первостепенных изменений принципов и этики взаимодействия бюрократического аппарата с частным бизнесом. Невозможен рост без уверенности инвесторов в политической стабильности: иностранных вливаний не будет как минимум до отмены большинства наложенных санкций.

2. Оптимизация бюджетных расходов за счет выявления и сокращения неэффективных затрат. На сегодняшний день, к сожалению, чиновники заинтересованы в неэффективных затратах. Чем больше непрозрачных, проектных и «инновационных» затрат будет в бюджетах, тем больше денежных средств будет израсходовано не по назначению.

Таким образом, в сегодняшней ситуации с государственным управлением и коррупцией существует высокая вероятность того, что этот план не поможет в полной мере стране выйти из кризиса. Все разработанные действия Правительства будут результативными только в случае существенных внутри - и внешнеполитических изменений.

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

А. А. ЧЕРНЫШОВА

Ивановский государственный университет

О ЗНАЧЕНИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях нестабильной рыночной ситуации на предприятии в ходе хозяйственной деятельности особое внимание уделяется такому фактору как возникновение рисков. В особой степени - финансовым рискам.

Финансовый риск предприятия – представляет собой вероятность возникновения неблагоприятного исхода, при котором предприятие теряет или недополучает часть дохода. В настоящее время экономическая суть деятельности любого предприятия

заключается в создании дохода и увеличении его рыночной стоимости для акционеров. Финансовые риски являются базовыми при влиянии финансово-хозяйственную деятельность предприятия. Возрастание их степени связано с быстрой изменчивостью экономической ситуации и конъюнктуры финансового рынка, расширением сферы финансовых отношений предприятия, появлением новых финансовых технологий и другими факторами. С целью снижения негативного влияния финансовых рисков в организациях разрабатываются методы оценки и управления рисками.

Риск-менеджмент на предприятии, по нашему мнению, должен включать следующие процедуры. 1) Анализ возможных финансовых рисков; выбор наиболее значимых из них, тех которые могут оказать существенное воздействие на финансово-хозяйственную деятельность организации. 2) Определение методических подходов к расчету того или иного финансового риска, который позволит количественно и качественно формализовать угрозу. 3) Прогноз изменения размера и вероятности возможных потерь, при различных сценариях развития предприятия.

Конечной целью является разработка управленческих решений для минимизации негативных последствий, снижения степени риска. Правильно принятое решение позволит предприятию в будущем понести наименьшие финансовые потери и тем самым увеличить доходность.

Эффективность управления финансовыми рисками, на наш взгляд, достигается путем комбинирования методов и инструментов управления. Главное, что бы механизм был простой, прозрачный, практичный и соответствовал стратегическим целям предприятия.

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

Секция
**«ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО
УЧЕТА, АНАЛИЗА, АУДИТА И НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ»**

Е. Р. АЛЕКСАНДРОВА
Ивановский государственный университет

**ФИНАНСИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ
(МУНИЦИПАЛЬНЫХ) УЧРЕЖДЕНИЙ**

Согласно Федеральному закону от 8.09.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» с 1.01.2011 государственные (муниципальные) учреждения могут быть 3 типов: бюджетными, казенными и автономными. В частности, изменилось финансирование государственных (муниципальных) учреждений.

Согласно п. 6 ст. 9.2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ "О некоммерческих организациях", бюджетные учреждения финансируются путем выделения субсидий из соответствующего бюджета на обеспечение выполнения государственного (муниципального) задания и расходов на содержание недвижимого, особо ценного движимого имущества, а также затрат на уплату налогов. Порядок формирования задания и порядок финансового обеспечения выполнения этого задания определяются Правительством РФ, высшим исполнительным органом государственной власти субъекта РФ, местной администрацией.

Согласно ст. 4 Федерального закона от 3.11.2006 №174-ФЗ «Об автономных учреждениях», правила финансирования автономных учреждений очень близки к правилам финансирования бюджетных учреждений (за исключением средств на развитие).

Финансовое обеспечение деятельности казенных учреждений осуществляется за счет средств соответствующего бюджета на основании бюджетной сметы. Составление бюджетной сметы входит в обязанности казенного учреждения. В ней могут быть отражены расходы на оплату труда и денежное содержание работников; командировочные и иные выплаты; оплату поставок товаров, выполнение работ, оказание услуг; уплату налогов, сборов и иных обязательных платежей; возмещение вреда, причиненного учреждением при осуществлении своей деятельности. Таким образом, одним из направлений современной финансовой политики России

является создание эффективно функционирующей системы бюджетных учреждений при более рациональном использовании бюджетных средств.

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

С. В. АЛЕКСЕЕВА

Ивановский государственный университет

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ СОВЕРШАЕМЫХ ФАКТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ЖИЗНИ

В настоящее время особую актуальность приобретают вопросы организации и осуществления внутреннего контроля.

Согласно ст. 19 ФЗ № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. Наличие внутреннего контроля в организации также требуют и другие федеральные законы. В соответствии с п. 3 Информации Минфина России № ПЗ-11/2013 внутренний контроль — это процесс, направленный на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает эффективность и результативность своей деятельности; достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности; соблюдение применимого законодательства.

Наиболее важным объектом внутреннего контроля является контроль расходов организации. Существуют такие виды расходов, которые при неправильном отражении приводят к искажению бухгалтерской отчетности. Например, организация изготавливает детали для машин и оборудования, при этом она использует листовую сталь, т.е. материал, который подвергается резке, в результате образуются возвратные отходы, величина которых должна быть обоснована. Поэтому, организации для подтверждения рационального использования материалов необходимо разработать первичный учетный документ «Раскройный лист» или «Раскройную карту», обязательные реквизиты указаны в ст. 9 ФЗ № 402-ФЗ. При заполнении этих документов должны использоваться данные технологических карт. Внутренний контроль должен быть направлен на проверку правильности отражения и признания расходов по данной хозяйственной операции, т.к., стоимостная оценка возвратных отходов влияет на себестоимость продукции. Неправильная оценка отходов, а также нерациональное использование материалов, может привести к

завышению расходов организации и занижению прибыли. Следовательно, внутренний контроль должен быть направлен не только на подтверждение достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, но и на повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Т. Т. Самсонова

М. А. ВИКТОРОВА

Ивановский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Актуальность представления в налоговые органы бухгалтерской отчетности по телекоммуникационным каналам связи с использованием интернета обусловлена как нормативно-правовыми требованиями, так и современным уровнем социально-экономического развития.

В настоящее время большинство хозяйствующих субъектов используют телекоммуникационные каналы связи для сдачи бухгалтерской отчетности, налоговых деклараций, других документов.

Налоговый орган подтверждает факт представления налогоплательщиком налоговых деклараций и бухгалтерской отчетности в электронном виде, высылая по телекоммуникационным каналам связи квитанцию об их приеме.

Представление отчетности в электронном виде по телекоммуникационным каналам связи позволяет оперативно осуществлять обмен информацией между налогоплательщиком и налоговым органом. Отчетность становится более достоверной, так как программа позволяет проверять отчетность на наличие арифметических и логических ошибок. Основными недостатками являются стоимость программного обеспечения, необходимость наличия у сотрудников специальных навыков работы.

Среди наиболее используемых информационных ресурсов можно выделить программный комплекс «СБиС++», который имеет доступную стоимость, интуитивно понятный интерфейс, обеспечивает возможность электронного документооборота и другие функции.

Таким образом, представление бухгалтерской отчетности и налоговых деклараций с использованием телекоммуникационных каналов связи выступает наиболее приемлемым и оперативным

способом взаимодействия налоговых органов и хозяйствующих субъектов различных масштабов деятельности, видов бизнеса, организационно-правовых форм.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев

В. А. ВОРОБЬЕВА

Ивановский государственный университет

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Сегодня развитие малого предпринимательства занимает ведущее место в экономике. Этому способствует преодоление негативных тенденций, в связи с переходом к рыночным формам хозяйствования. Поэтому можно решить задачи производственного, научного и хозяйственного характера.

Как инициативная самостоятельная экономическая деятельность граждан предпринимательство направлено на получение прибыли, однако, следует учитывать риск и имущественную ответственность субъекта экономики. Предпринимательство создает необходимые условия для конкуренции и позволяет быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и способствует развитию рынка.

Например, в малых городах малое предпринимательство развивается и процветает в полном объеме. Этому свидетельствуют такие показатели как строительство новых торговых центров, высокий уровень продаж, жесткая конкуренция цен, а также курсовые разницы.

Как показывает опрос, каждый пятый гражданин РФ занимается малым предпринимательством, так как оно является не только дополнительным заработком, но и источником дополнительного развития и дополнительной информации. Например, развитие малого предпринимательства с помощью Интернета: поступает очень много вакансий с работой на дому, по которым требуется только 3-4 часа занятости и выход в Интернет. Источником информации служит рассылка об изменениях в экономической сфере. В качестве дополнительного развития выступает самообучение пользования интернетом.

Таким образом, можно сделать вывод, что малое предпринимательство — наиболее выгодный вариант развития экономики, так как активнее расширяется торговая сфера, в том числе и с помощью виртуального общения (через Интернет). Этот фактор способствует возвращению малых городов к экономически активной жизни.

Научный руководитель: канд. экон. наук И. Ю. Шахова

В. С. ГРЯЗНОВ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ

Актуальность данной проблемы обусловлена сложностью ведения бухгалтерского учета и необходимостью проведении большого числа повторяющихся операции и вычислений. Современный уровень развития техники и технологий, а также имеющийся опыт их внедрения в экономику позволяет решить основные проблемы ведения бухгалтерского учета.

Автоматические системы бухгалтерского учета (АСБУ) предполагают установку специального ПО на компьютер и перевод бухгалтерии на него. Несмотря на ряд преимуществ по сравнению с традиционным способом ведения учета, АСБУ имеют ряд недостатков: экономические, социальные и правовые.

Экономический аспект связан с финансовыми затратами хозяйствующего субъекта. Социальный аспект связан с недостатком квалифицированных кадров, которые не имеют представления об автоматизации, с трудом работают с программами для составления отчетов, или вообще имеют низкий уровень владения ПК и т.д. Правовой аспект обусловлен частой сменой нормативно-правовых актов, связанных с бухгалтерским учетом. На данный момент существует ряд программных продуктов для ведения бухгалтерского учета (1С:Предприятие, БЭСТ, Парус, Галактика). Предприятия малого бизнеса для решения текущих задач ведения бухгалтерского учета могут использовать инструменты Microsoft Office: Excel. Перспективы развития АСБУ связаны с развитием международной интеграции экономики, а также переходом к международным стандартам учета и отчетности. В связи с этим может увеличиться число иностранных продуктов, которые составят высокую конкуренцию отечественным программам. Также необходимо отметить возрастание роли управленческого учета и как следствие стоит ожидать дальнейшее расширение функций АСБУ.

Таким образом, автоматизация бухгалтерского учета является необходимостью для предприятий.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев

Н. В. ЖЕГЛОВА

Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЕЖНОСТИ И СИСТЕМА ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Для комплексной оценки состояния конкретного хозяйствующего субъекта необходимо следить за уровнем его экономической надежности, контролируя все виды изменений, происходящих во внутренней и внешней среде. Несомненно, внутренние факторы (например, ценообразование, выпуск, состав и качество используемых ресурсов, сети сбыта) оказывают прямое воздействие на конечное финансовое состояние промышленного предприятия, однако не стоит забывать и о внешних факторах (политические, экономические, социальные и др.).

В современных условиях неустойчивости на мировых и национальных рынках проблема оценки экономической надежности промышленных предприятий не только сохраняет свою актуальность, но и становится необходимым элементом их экономико-управленческой деятельности. Проведение процедур в области контроля над экономической надежностью выходит за рамки изучения внутренних систем промышленного предприятия (внутренние факторы) и ставит необходимостью также исследование различных взаимосвязей с внешним миром (внешние факторы).

Существует множество подходов к классификации внешних факторов. С моей точки зрения, в зависимости от критерия воздействия на экономическую надежность промышленных предприятий можно выделить внешние факторы, оказывающие непосредственное влияние, и внешние факторы, оказывающие опосредованное влияние. Например, к первой группе факторов можно отнести деятельность конкретных поставщиков, конкурентов, подрядчиков, коммерческих банков, страховых компаний и др., а ко второй группе - лицензирующие органы, аудиторские компании при отсутствии проверяемых видов деятельности на промышленном предприятии; центральный банк; нецелевые аудитории покупателей и т.д. Таким образом, проведение оценки экономической надежности предприятия является обоснованной необходимостью и невозможно без учета системы внутренних и внешних факторов.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев

А. А. ИЛЬИНА

Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ ВЫБРАННОГО СПОСОБА АМОРТИЗАЦИИ НА ВЕЛИЧИНУ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ

На сегодняшний день проблема оптимизации налоговой нагрузки по-прежнему остаётся актуальной. Подтверждением этому является продолжающийся и сейчас процесс развития налогового законодательства Российской Федерации. К примеру с 1 января 2015 года в Налоговом Кодексе РФ произошли существенные изменения по налогам на имущество и на прибыль. Такие преобразования, безусловно, повлекут изменения налогового бремени предприятий.

Под налоговой нагрузкой понимается соотношение суммы уплаченных налогов и оборота (выручки) организации. Одними из основных налогов, уплачиваемыми предприятиями являются налог на имущество и налог на прибыль. На данные налоги существенное влияние оказывает начисленная сумма амортизационных отчислений, которая, в свою очередь, непосредственно зависит от выбранного способа амортизации. Причём налог на имущество предприятия оказывает влияние на размер налога на прибыль. Таким образом, все эти показатели находятся в тесном единстве и взаимосвязи. Изменение одного из них неизбежно вызывает цепочку последующих колебаний, оказывающих влияние на величину налогового бремени предприятия.

Очевидно, что организация может выбрать такой способ амортизации, который в определённый период времени уменьшит величину уплачиваемых налогов. Например по определённому объекту (возьмём некоторое здание стоимостью 5,3 млн рублей) организация при нелинейном методе по сравнению с линейным должна уплатить больше на 8 333,37 рублей по налогам на прибыль и на имущество за январь, т.о. налоговая нагрузка меняется почти на 2%. Т.е. выбор способа амортизации можно отнести к методам оптимизации налогового бремени предприятия.

Таким образом, оптимизация налогового бремени остаётся важнейшей задачей на предприятии. Руководителям организаций необходимо не только отслеживать изменения действующего законодательства, но и правильно их «использовать» в соответствии с целями предприятия.

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

С. Ф. КАХРАМАНОВА
Ивановский государственный университет

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕЗЕРВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Повышение эффективности деятельности предприятия невозможно без выявления соответствующих резервов. К резервам относят возможности количественного и качественного роста показателей производства за счет неиспользуемых, частично используемых или нерационально используемых производственных ресурсов.

Внутрихозяйственные резервы выявляются и могут быть использованы только на исследуемом предприятии. Они базируются на экономном использовании производственной мощности, трудовых и материальных ресурсов, применении новейших инноваций в области техники, технологии и организации производства, выработке правильной структурной, ценовой, инвестиционной, финансовой стратегии.

Актуальность проблемы обусловлена сложностью подсчетов резервов. Их методика зависит от характера резервов, способов их выявления и способов определения их величины. Для определения этих величин используется ряд аналитических подходов. Способ прямого счета применяется для подсчета резервов экстенсивного характера, когда известна величина дополнительного привлечения или величина безусловных потерь ресурсов. Способ сравнения применяется для подсчета резервов интенсивного характера, то есть за счет сокращения ресурсов на производство единицы продукции. Способ детерминированного факторного анализа, т.е. способы цепной подстановки и логарифмирования. Функционально-стоимостный анализ. Использование этого метода позволяет на ранних стадиях жизненного цикла изделия найти и предупредить излишние затраты путем усовершенствования его конструкции, технологии производства, использования более дешевого сырья и материалов. Способы математического программирования позволяют оптимизировать величину показателей. Таким образом, для того чтобы величина выявленных резервов была реальной, подсчет резервов должен быть по возможности точным и обоснованным, независимо от выбора метода.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев

Е. В. КОЛОТИЛОВА
Ивановский государственный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОРМАТИВНОГО МЕТОДА УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Актуальность данной проблемы обусловлена выбором оптимального метода для калькулирования себестоимости продукции.

Данный метод считается одним из прогрессивных и внедрен на многих крупных отечественных предприятиях. Сущность метода заключается в предварительном составлении нормативной калькуляции по статьям затрат готовой продукции по действующим нормам и учете отклонений по ним. Метод применяется, как правило, в отраслях обрабатывающей промышленности с массовым и серийным производством разнообразной и сложной продукции. Основное условие для внедрения системы нормативного калькулирования себестоимости продукции – это наличие четко разработанного техпроцесса изготовления продукции (выполнения работ или оказания услуг). Метод соответствует широко применяемой на Западе системе «стандарт-кост», но в отличие от неё не ориентирован на процесс реализации, а потому не позволяет обосновывать цены. Задачей метода является своевременное предупреждение нерационального расходования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Достоинства метода: нормативы дают возможность составления детальных бюджетов; без нормативов невозможно проведение детализированного анализа; система нормативов помогает сформировать экономическую осведомленность сотрудников; нормативное калькулирование стимулирует поиск лучших методов работы. Методика нормативного калькулирования позволяет вести калькуляционный учет издержек не по каждому объекту, а по группе однородных объектов, что упрощает составление калькуляций. Недостатки: разработка приемлемых нормативов эффективности работы; невозможность применения в случае неоднородности выпускаемой продукции; сложность учета в нормативах влияния инфляции. Таким образом, нормативный метод в целом достаточно эффективно решает задачу управления затратами.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев

Н. А. КОПОСОВА
Ивановский государственный университет

МСФО КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность проблемы международной унификации бухгалтерского учета обусловлена возрастанием роли международной интеграции в сфере экономики, которая требует наличия единообразной и понятной бухгалтерской информации для принятия решений. В отсутствие единых стандартов компании разных стран вынуждены тратить большие финансовые ресурсы и время для приведения всей необходимой документации в соответствие с бухгалтерскими нормами страны-партнера. С целью решения данной проблемы в 1973 г. был основан Комитет по международным стандартам финансовой отчетности (КМСФО). Основной задачей Комитета является достижение согласованности бухгалтерских принципов, используемых коммерческими предприятиями и другими организациями в процессе составления финансовой отчетности во всем мире. В разрабатываемых Комитетом стандартах находят отражение наиболее важные и общие аспекты ведения бухгалтерского учета. Каждый стандарт, помимо описания, включает в себя перечень охватываемых им вопросов, критерии его применения, различные пояснительные замечания. К числу несомненных преимуществ международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) следует отнести их простоту и доступность, что побуждает некоторые страны использовать их в качестве основы для формирования национальных бухгалтерских стандартов. Кроме того, при их разработке используется обобщение современной мировой практики бухучета. Одной из целей КМСФО является содействие широкому распространению разрабатываемых им стандартов во всем мире, что, несомненно, способствует более быстрому переходу стран к использованию единых принципов учета и отчетности. Таким образом, внедрение МСФО в национальные системы учета обеспечивает развитие международных связей, упрощает ведение совместной деятельности предприятий-партнеров разных стран.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев

Ю. Н. НИКИШИНА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И СПИСАНИЯ РЕЗЕРВА ПО СОМНИТЕЛЬНЫМ ДОЛГАМ

Согласно п. 70 Приказа Минфина РФ от 29.07.1998 г. (в ред. от 24.12.2010г.) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» организация обязана создавать резервы сомнительных долгов (РСД) в бухгалтерском учете в том случае, если дебиторская задолженность признана сомнительной. Расходы по созданию таких резервов относятся на финансовый результат организации. В налоговом же учете, где создание резерва является правом организации, расходы по созданию РСД относятся к внереализационным расходам (п.3 ст. 266 НК РФ).

Несмотря на то, что нормативными документами правила и порядок формирования указанного резерва установлены давно, до сих пор, как показывает практика, существует множество неопределенностей, касающихся применения данных норм. В нашем исследовании, мы рассмотрели практику арбитражного судопроизводства за последние несколько лет (2012 – 2015гг.) и выявили следующие проблемы, с которыми столкнулись бухгалтеры при формировании и списании РСД: Вправе ли организация признавать необеспеченную и просроченную дебиторскую задолженность в качестве безнадежной и формировать соответствующий резерв по ней, в том случае, если у этой же организации существует кредиторская задолженность перед этим же контрагентом? Имеет ли право организация формировать РСД по денежным средствам, находящихся на расчетном счете в банке, у которого отобрали лицензию? Имеет ли законные основания коммерческая организация создавать РСД в связи с невыплатой процентов по долговым обязательствам? Рассмотрев эти и многие другие вопросы в нашем исследовании, мы пришли к выводу, что от правильности формирования и списания РСД во многом зависит правильность исчисления и уплаты налога на прибыль, а случае неуплаты или не полной неуплаты последнего грозят серьезные штрафы – 20 или 40% от неуплаченной суммы налога.

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

Ю. Н. НИКИШИНА

Ивановский государственный университет

ПОДТВЕРЖДАЮЩИЙ АУДИТ: ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ

Аудит как наука, а также как вид практической деятельности прошел следующие этапы в своем развитии: подтверждающий аудит (1862 г. – до первой четверти XX в.), системно-ориентированный аудит (первая четверть XX в. – 1983 г.) и аудит, базирующийся на риске (1983 г. по настоящее время). Главным критерием различия между представленными видами аудита являются классические теории (теория адекватности, теория контроллинга, теория консалтинга), превалирующие на соответствующем этапе развития аудита, через призму которых может быть рассмотрен методологический аппарат проведения аудита на каждом этапе его развития.

Вплоть до начала XX в. преобладала английская модель аудита, однако, на рубеже XIX – XX вв. в связи с развитием бизнеса в США подтверждение каждой хозяйственной операции становится невозможным, в результате чего появляется американская «тестовая» модель аудита. При проведении подтверждающего аудита используются такие общенаучные методы как анализ и синтез, а также специальные методы: сплошные наблюдения, служебные расследования, пересчет. Основной недостаток подтверждающего аудита – большие затраты времени на его проведение, к достоинствам можно отнести объективность его проведения.

Стоит отметить, что смена одного вида аудита другим вовсе не отрицает существование предыдущего. Мы считаем, что для каждого из видов аудита присуща некая самостоятельность в своем развитии. Во многом методология проведения, как подтверждающего аудита, так и услуги по восстановлению учета схожи.

Таким образом, несмотря на то, что современный аудит ориентирован на оценку тех областей, которые наиболее подвержены риску, основная функция аудита, по-прежнему, - функция гаранта бухгалтерской (финансовой отчетности). Применение подтверждающей методологии аудита может спасти организацию от последствий за нарушение правил ведения бухгалтерского учета.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

М. О. ПОЛЯКОВА
Ивановский государственный университет

МЕТОДИКА АНАЛИЗА ПРОДАЖ ДЛЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время унифицированной методики анализа продаж не существует, так как все торговые предприятия различны по своим масштабам и видам продаваемой продукции. Наиболее общими элементами для проведения такого анализа являются товароборот и товарные ресурсы.

С. Г. Багомедов предлагает следующую схему проведения анализа товарооборота торгового предприятия:

1.Определение общего объема товарооборота и анализ выполнения плана => 2.Анализ динамики общего объема товарооборота => 3.Анализ товарно-групповой структуры товарооборота => 4.Анализ состава товарооборота по его определенным видам => 5.Анализ ритмичности и сезонности реализации товаров => 6.Количественная оценка факторов, которая обуславливает изменение товарооборота => 7.Анализ запаса финансовой прочности предприятия.

Для проведения анализа товарных ресурсов по методике А.Н. Соломатина, необходимо выделить товарные запасы и их поступление.

Анализ товарных запасов осуществляется следующим образом:
1.Выявление недостатка/излишка товарных запасов на определенную дату по сравнению с нормативом или предыдущим периодом => 2. Расчет товарооборачиваемости.

При анализе поступления товаров предлагается рассчитать коэффициент равномерности поступления товаров.

Завершающим этапом анализа товарных запасов будет анализ их эффективности: 1.Расчет коэффициента обеспеченности товарными ресурсами => 2.Эффективность использования товарных ресурсов.

Говоря об анализе продаж в целом, нельзя не упомянуть их эффективность. Дуванова И. А. предлагает следующие факторные модели анализа рентабельности продаж: 1. Разложение на факторы => 2. Использование коэффициентов.

К плюсам методики можно отнести такие ее особенности, как ясность и понятность, невысокая трудоемкость и сложность расчетов; она подходит для анализа, либо его базы практически любого торгового предприятия; для ее проведение требуется ограниченное количество источников информации.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. В. П. Тихомирова

Е. О. РАЗОВА

Ивановский государственный университет

СИСТЕМНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЁЖНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

С позиции системно-функционального подхода, любое промышленное предприятие рассматривается как совокупность функциональных подсистем (экономическая, техническая, информационная, инновационная и другие), определенным образом взаимосвязанных, взаимодействующих друг с другом и с внешней средой. При этом укрупненно всю совокупность функциональных подсистем промышленного предприятия целесообразно представить в виде трех массивов: управленческого, финансового, организационного. В связи с этим, именно функциональное наполнение промышленного предприятия обеспечивает научно-обоснованный вектор в идентификации проблем экономической надежности хозяйствующего субъекта.

С нашей точки зрения, на платформе системно-функционального подхода и в целях управления экономической надёжностью промышленного предприятия необходимо использовать ряд управленческих моделей (по продукту, по процессу и другие) совмещенных с управленческими инструментами (мониторинг, бюджетирование, бизнес-планирование и другие). В результате применительно к решению конкретной задачи по повышению надёжности в разрезе функциональных подсистем возможно определение наиболее целесообразных управленческих моделей и инструментов. При взаимодействии моделей управления, инструментов управления надёжностью и четкого алгоритма действий, мы получаем направленное комплексное воздействие на все функциональные подсистемы предприятия, которое приводит к повышению его надёжности. Таким образом, процесс управления экономической надёжностью промышленного предприятия приобретает структурированный вид. При этом в качестве индикаторов новизны предлагаемого нами подхода выступают системно-функциональный подход, модели управления, инструменты управления.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Д. А. Маринцев

А. Н. ТОПАЛ

Ивановский государственный университет

ЛИЗИНГ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Лизинг играет очень важную роль в развитии экономики страны в целом. Он выгоден государству: поощряя такую деятельность и предоставляя налоговые льготы, можно регулировать поток инвестиций в приоритетные отрасли экономики. Продавцам лизинг позволяет расширить рынок сбыта и получить доход от реализации запчастей к лизинговому оборудованию, а также от его сервиса и модернизации. Банки, предоставляя кредит лизингодателю, расширяют клиентскую базу.

Лизингополучатели же, не отвлекая оборотные средства, могут получить необходимое для работы имущество.

Особое внимание уделено лизингу и в антикризисном плане правительства РФ на 2015 г

В результате наступившего кризиса и ограниченного взаимодействия с иностранным бизнесом из-за ситуации на валютном рынке увеличились основные риски (снижение доступа к финансированию, уменьшение уровня платежеспособности, общее снижение деловой активности и спроса на лизинговые услуги), которые наносят серьезный ущерб лизинговым.

Очевидно, что в ситуации неопределенности лизинговые компании вынуждены выстраивать свои отношения с клиентами на другом уровне с целью минимизации своих рисков, так как ухудшение платежеспособности клиентов может привести к увеличению проблемных активов и снижению качества лизинговых портфелей. Условие о предоплате обязательно включается в договор лизинга. Это – страховка лизингодателя от возможных убытков

Финансовый кризис заставил банки ужесточить условия кредитования. Некоторые включают в договор пункт о возможности увеличения ставки по кредиту. Отрицательно на объем лизинговых операций повлияло повышение ставки по кредитам в связи с ростом ставки ЦБ РФ. Лучшим решением в текущей ситуации является анализ открывшихся новых возможностей. Сегодняшняя непростая обстановка несет в себе потенциал для развития бизнеса. Импортозамещение, развитие производственных мощностей в отдельных отраслях, изменение международных векторов бизнеса дает лизинговым компаниям новые перспективы.

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

А. Н. ТОПАЛ

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКТА В ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Одной из самых актуальных для туристических фирм является проблема учета состава текущих издержек производства и обращения, учета и калькулирования себестоимости, а следовательно, и порядка формирования финансовых результатов деятельности.

Решение этой задачи требует совершенствования учета затрат и калькулирования себестоимости туристского продукта. Исходя из этого, первоочередное значение имеет определение и критическая оценка учетных процедур, поиск перспективных направлений совершенствования производственного учета в соответствии с современными требованиями и спецификой туристической деятельности.

Адекватное формирование себестоимости продукции имеет большое значение для политики организаций в области ценообразования, структурной и ассортиментной политики. В себестоимости продукции отражаются все стороны производственной и финансово-хозяйственной деятельности.

Себестоимость туристского продукта представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства и продажи туристского продукта материальных и иных ресурсов, а также других затрат на его производство и продажу.

Планирование себестоимости осуществляется туристскими организациями самостоятельно при разработке годовых планов на основании конъюнктуры рынка туристских продуктов, а также на основании заключенных договоров с поставщиками прав на услуги, из которых формируются туры, и является составной частью бизнес - плана, определяющего направления их финансово - хозяйственной деятельности. Организация самостоятельно определяет и объекты и методы учета затрат для целей формирования себестоимости в учетной политике.

Анализ на основе грамотного калькулирования в туристских фирмах позволяет контролировать уровень себестоимости и соблюдать действующих норм и нормативов затрат, определять рентабельность туристской продукции и факторов, влияющих на ее уровень; оценивать эффективности работы туристской фирмы, а также выявлять и использовать резервы снижения себестоимости туристской продукции.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. В. П. Тихомирова

К. А. ХАЛЕЗОВА

Ивановский государственный университет

НАЛОГОВЫЙ МОНИТОРИНГ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

Одним из основных подходов к решению множества управленческих задач является формирование эффективной системы внутреннего контроля.

В настоящее время решению данной задачи для крупных предприятий будет способствовать введение с 2015 года налогового мониторинга, который представляет собой принципиально новый режим налогового администрирования и является аналогом режимов "Cooperative Compliance" ("Расширенного взаимодействия"), успешно работающих уже более чем в 23 странах мира.

Общими принципами работы данного режима являются прозрачность налогоплательщика в отношении данных налоговой отчетности и системы внутреннего контроля взамен на освобождение от камеральных и выездных проверок и возможность оперативного разрешения неопределенностей и споров по отдельным налоговым позициям.

В связи с этим, построение эффективно работающей системы внутреннего контроля на предприятиях, являющихся крупными и крупнейшими налогоплательщиками, можно рассматривать как способ снижения налоговых рисков. Также налоговый мониторинг, построенный на «он-лайн» контроле систем бухгалтерского и налогового учета повысит значимость внутреннего контроля на предприятии, превратит его в реальный механизм защиты интересов собственников. По оценкам ФНС РФ, максимально под данный режим может попасть только 2 тысячи предприятий по всей стране, поскольку он касается сложных в применении вопросов и в основном предназначен для крупного бизнеса с выстроенной системой внутреннего контроля. В тоже время, если применение налогового мониторинга будет признано эффективным, то в дальнейшем критерии доступа к нему будут скорректированы. Следовательно, данный режим налогового администрирования может быть распространен на средний и даже малый бизнес, что заинтересует и данные сегменты экономики в формировании реально действующей системы внутреннего контроля.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. И. Ю. Шахова

К. А. ХАЛЕЗОВА
Ивановский государственный университет

МПЗ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УЧЕТА

В настоящее время основной целью реформирования бухгалтерского учета в России признано приведение национальной системы учета к требованиям рыночной экономики и МСФО. Многие разделы учета уже пересмотрены, для них разработаны новые стандарты, либо в значительной степени переработаны действующие.

Однако до сих пор без значительных изменений остается учет материально-производственных запасов, который регулируется ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», действующая редакция которого была введена в действие еще в 2001 году.

В тоже время еще в апреле 2012 года Минфином РФ был представлен проект нового ПБУ, который, по мнению ряда ученых, с одной стороны максимально приближен к требованиям IAS 2 «Запасы», а с другой стороны учитывает специфику национальной экономики.

Некоторые экономисты-практики отмечают, что в проекте существенно расширена сфера применения ПБУ, а именно к запасам отнесены активы, находящиеся в процессе производства, т.е. незавершенное производство. Запасы предлагается принимать к учету в момент перехода к организации экономических рисков и выгод, связанных с их владением. В проект включено требование о капитализации в первоначальной (фактической) стоимости запасов затрат на выполнение обязательств по демонтажу, удалению запасов и восстановлению окружающей среды на занимаемом ими участке. Кроме того, проект ПБУ допускает альтернативные, расчетные, методы первоначальной оценки запасов. Однако при более детальном рассмотрении проекта специалистами был выделен ряд недостатков и недоработок. Например, упущен вопрос формирования себестоимости проданных запасов и оценки незавершенного производства в учете и отчетности. По-видимому, подобные недоработки и стали причиной отсрочки принятия нового ПБУ. В то же самое время его принятие позволило бы сделать еще один шаг к переходу к международным стандартам учета и отчетности.

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

СОДЕРЖАНИЕ

Научная конференция «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ»

Секция

«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

<i>Авдонина Е. Ю.</i> Продовольственная безопасность России.....	3
<i>Азарова Т. В.</i> Конкуренция как общественный интерес.....	4
<i>Афанасьева А. П.</i> Парадокс ценности.....	5
<i>Биганова М. Г.</i> Экономический рост и экономический спад.....	6
<i>Бурдастов Д. А.</i> Основные причины безработицы в современной России.....	7
<i>Ганцев А. В.</i> Виды ценных бумаг и операции с ними коммерческих банков.....	8
<i>Гусева Д. А.</i> Сбережения населения в условиях экономической нестабильности.....	9
<i>Зайцева Н. Е.</i> Факторы и условия развития Internet-потенциала региона.....	10
<i>Зубкова О. А.</i> Динамика курса российского рубля в 2014 г.	11
<i>Ивашина А. А.</i> Иностраннные инвестиции в экономику России... ..	12
<i>Казарцев М. А.</i> К вопросу о бренде места (на примере Ивановской области).....	13
<i>Калинина Ю. С.</i> Спекулятивные сделки на рынке ценных бумаг.....	14
<i>Карабанова Е. Д.</i> Социально-экономические последствия теневой экономики.....	15
<i>Княгинина Н. А.</i> Актуальные проблемы малых городов.....	16
<i>Крылова А. В.</i> Борьба с бедностью в Германии.....	17
<i>Кузнецова Е. Н.</i> Теория человеческого капитала.....	18
<i>Линева Д. И.</i> 50 лет «войны с бедностью» в США.....	19
<i>Лопатина Н. В.</i> Перспективы малоэтажного строительства.....	20
<i>Майорова В. О.</i> Валютный курс и его влияние на экономику.....	21
<i>Масленникова А. Ю.</i> Борьба с бедностью в Индии.....	22
<i>Омельшина Е. А.</i> Государственный бюджет и влияние его состояния на экономику.....	23
<i>Пелевин Е. В.</i> Концепция экономической социогенетики.....	24
<i>Перова А. Ю.</i> Абстрактно-теоретическая модель акционерного бизнеса.....	26
<i>Ревина В. Е.</i> Концепции благосостояния.....	27
<i>Романова М. В.</i> Итоги реализации нацпроекта «Жилье».....	28
<i>Сазонова Н. А.</i> Возрождение текстильного кластера на основе производства инновационной продукции.....	29

<i>Сафонцева Ю. А.</i> Парадокс бережливости.....	30
<i>Смирнова А. О.</i> Государственный долг России: структура и тенденции.....	31
<i>Солодова А. К.</i> Значение национального проекта «Здоровье».....	32
<i>Соседко Д. И.</i> Значение госпрограммы «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан РФ».....	33
<i>Соткин И. С.</i> Политэкономический подход к трактовке ТНК....	34
<i>Стриганова А. С.</i> Динамика процентной ставки в 2014–2015 гг.	35
<i>Тарасова М. А.</i> Динамика теневого сектора в российской экономике за 2005–2015 гг.....	36
<i>Тихонова Д. В.</i> Инновационный подход к развитию текстильного кластера (на примере текстильной и швейной промышленности Ивановской области).....	37
<i>Файрушина Я. Д.</i> Концепция социального государства.....	38
<i>Хамаршех А.</i> Товарный знак как экономическое преимущество..	39
<i>Эверстова А. А.</i> Теория социального рыночного хозяйства.....	40
<i>Юнякова Н. Л., Тижанин И. А.</i> Налогово-бюджетная политика	41

Секция

«ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ»

Подсекция 1

«ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»

<i>Агабалян М. М.</i> Необходимость государственной поддержки малых предприятий России в условиях кризиса 2014 – 2015 гг.....	43
<i>Блинова Е. Д.</i> Маркетинг в формате Cash&Carry.....	44
<i>Герасимова К. А.</i> Проблемы малого бизнеса России в период кризиса.....	45
<i>Григорьева Е. Л.</i> Проблема доступности жилья в Ивановской области.....	46
<i>Журавель В. П.</i> Проблемы пенсионной системы РФ.....	47
<i>Забалуева О. В.</i> Оценка механизма управления прибылью с позиций системного подхода.....	48
<i>Захаров А. М.</i> Роль маркетинга в современном бизнесе.....	49
<i>Кирьянов А. Е.</i> Использование инструментов бизнес-разведки в кризисный период.....	50
<i>Оболадзе М. Г.</i> Особенности современного этапа развития строительной отрасли (на примере Ивановской области)	51

Платонов А. А. Проблемы внедрения новых технологий в современном бизнесе.....	52
Смирнов С. В. Проблемы развития малого бизнеса в России.....	53
Смирнова Е. Н. Кластерный подход как основа эффективного развития региона.....	54
Токунов А. А. Промышленный кластер: проблемы формирования и развития.....	55

Подсекция 2

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

Аксенов А. Д. Проблемы работы торговых предприятий в условиях кризиса.....	57
Амирханян А. Н. Анализ системы управления запасами текстильного предприятия.....	58
Бирюченкова Н. В. Тенденция развития банковского сектора в России.....	59
Головкин Д. С. Актуальность оценки экономического потенциала предприятия в условиях усиления конкуренции.....	60
Гусев Д. М. Проблемы рынка компьютерных игр в России.....	61
Давыдова И. В. Состояние рынка брендовой одежды на современном этапе в г. Иванове.....	62
Дудоров А. С. Особенности и тенденции бизнеса в сфере предоставления интернет-услуг.....	63
Запара О. И. Тенденции и проблемы развития российского рынка салонов красоты.....	64
Звонова А. Е., Сотсков А. Н. Разработка стратегического плана восстановления платежеспособности компании.....	65
Капитоненков М. А. Непрерывное профессиональное развитие сотрудников как фактор конкурентоспособности организации.....	66
Карцева Т. Р. Анализ инвестиционной привлекательности предприятия на примере ООО «ТД РаумПрофи».....	67
Киселев И. А. Исследование спроса и коммуникативной стратегии на АЗС «Славнефть».....	68
Котлярова Ю. В. Анализ состояния современного рынка фитнес-услуг России.....	69
Котова А. С. Благоприятные тенденции на российском рынке парфюмерии и косметики.....	70
Курнаева К. Н. Анализ тенденций отрасли сотовой связи.....	71

Маркова Т. О. О совершенствовании работы предприятия в условиях кризиса 2014–2015 гг. на примере ОАО «Швейная фирма “Айвенго”».....	72
Нерсисян В. А. Проблемы развития малого текстильного предприятия в Ивановской области.....	73
Огородников А. Я. Внедрение инновации на рынок ритейла.....	74
Осипова А. Е. Анализ отрасли киноуслуг, предоставляемых в г. Иваново (на примере кинотеатра «Лодзь»).....	75
Смирнова Е. А. Роль элементов комплекса маркетинговых коммуникаций в деятельности фирмы.....	76
Собакинских Д. Е. Анализ конкурентных преимуществ на ивановском швейном предприятии.....	77
Тетерина М. В. Анализ стратегий развития для ООО «Эльдорадо».....	78
Тундина Ю. А. Анализ прибыли фирмы.....	79
Усова Д. И. Конкуренция на рынке туристических услуг г. Иваново.....	80
Фомичев А. П. Основы взаимодействия маркетинга и логистики при организации системы сбыта.....	82
Хоришунова А. А. Тенденции развития рынка ресторанов быстрого питания в России.....	83
Шилова А. М. Современное состояние и проблемы инвестиционного рынка России.....	84
Шмигельская Е. В., Сотсков А. Н. Выбор стратегических ориентиров развития предприятия.....	85
Яхонин А. В. Влияние снижения курса рубля на рынок мобильного ритейла.....	86

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

Подсекция 1

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

Иващенко М. Д. Лидерство в организации.....	88
Камили М. М. Стратегическое инновационное управление в системе стратегического управления организацией.....	89
Кокушкина Л. О. Маркетинговая стратегия в системе функциональных стратегий развития организации.....	90
Лобанова М. Д. Особенности адаптационного поведения предприятия в условиях неопределенности.....	91
Макова Д. Ю. Бизнес-планирование как инструмент внутрифирменного планирования.....	92

<i>Рутковская В. В., Смирнова Д. К.</i> Роль лидерства в организации	93
<i>Савельев А. Ю.</i> Процессы разработки маркетинговой стратегии	94
<i>Смирнова Д. К.</i> Анализ и улучшение использования рабочего времени менеджера.....	95
<i>Ушакова А. Ю.</i> Принятие стратегических и тактических управленческих решений в организации.....	96
<i>Фероян Р. С.</i> Корпорация как объект брендинга.....	97

Подсекция 2

«ПРОБЛЕМЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА»

<i>Брагина Д. Н.</i> Разработка бренда клубного центра удовольствий, отдыха, красоты, здоровья, счастья «Эндорфин».....	99
<i>Васильева А. С.</i> Разработка методики оценки имиджа предприятия.....	100
<i>Зайцева Ю. Д.</i> Управление товарной политикой предприятия.....	101
<i>Колегова В. Е.</i> Формирование и сохранение позитивного имиджа организации.....	102
<i>Муратова Т. В.</i> Управление качеством – залог высокой конкурентоспособности предприятия.....	103
<i>Нужина П. С.</i> Управление рекламной деятельностью ООО «Рижский хлеб».....	104
<i>Петросян Д. И.</i> Важность имиджа в жизни компании.....	105
<i>Рутковская В. В.</i> Управление потребительским поведением.....	106
<i>Тихомирова Е. В.</i> Мониторинг системы менеджмента качества на предприятии.....	107
<i>Ягода Д. А.</i> Планирование количественной и качественной потребности в персонале.....	108

Подсекция 3

«УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ»

<i>Бурсикова Н. Н.</i> Лидерство как инструмент реализации целей....	109
<i>Владимирова Э. Г.</i> Социальный медиа маркетинг как важный инструмент современного маркетинга.....	110
<i>Колева И. П.</i> Объективные и субъективные критерии адаптации новых сотрудников на промышленных предприятиях.....	111
<i>Лилина Л. М.</i> Совершенствование организации материального стимулирования на предприятии.....	112
<i>Осипович Е. А.</i> Оценка и регулирование коммерческих рисков на промышленном предприятии.....	113
<i>Рыбакина Я. С.</i> Разработка рекламной кампании на разных стадиях жизненного цикла товара.....	114
<i>Саландина Е. Д.</i> Управление мотивацией в организации.....	115

<i>Чурбанов Н. А.</i> Анализ и улучшение использования рабочего времени.....	116
<i>Шабанова С. С.</i> Управленческий контроль на предприятии.....	117
<i>Шахов И. С.</i> Формирование имиджа руководителя.....	118

Секция

**«СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В НАУКЕ, ОБРАЗОВАНИИ И БИЗНЕСЕ»**

<i>Андреева Н. А.</i> Оценка уровня информатизации госсектора.....	119
<i>Анохина В. А., Барышева К. А.</i> Предложения по структуре online-курса для студентов направления «Прикладная информатика».....	120
<i>Белоусова Е. Н.</i> Практика отечественных предприятий в решении вопроса законности использования DLP-систем.	121
<i>Болотинова Е. Г.</i> Автоматизация расчета заработной платы в условиях деятельности ТК «Доброе утро».....	122
<i>Добренькая Н. Э.</i> Особенности планирования мебельного производства с использованием «ПС: Мебельное производство».....	123
<i>Евсеев Л. В.</i> Проблема адаптации SCRUM-инструментов в российской практике управления ИТ-проектами.....	124
<i>Егорова Н. В., Толстова Е. М.</i> Анализ сайта «Ивановский автовокзал».....	125
<i>Жафяров Р. Ш., Журавлев А. Ю.</i> Особенности внедрения сервисов Единой государственной информационной системы здравоохранения в медицинских учреждениях Костромской области.....	126
<i>Кирюхина Ю. Д.</i> Мониторинг состояния региональной информатизации на примере Ивановской области.....	127
<i>Критская В. А.</i> Особенности обеспечения безопасности в информационной системе медицинских учреждений.....	128
<i>Крупина А. А., Крюкова Ю. В.</i> Развитие группы для кафедры ИТЭиОП ИвГУ в социальной сети «ВКонтакте».....	129
<i>Кузнецова Ю. В., Черемыкина Е. Д.</i> Совершенствование двухфакторной аутентификации: биометрическая защита	130
<i>Кукса С. А.</i> Организация эффективных алгоритмов ведения бизнеса с использованием системы FreshOffice.....	131
<i>Курочкина Е. Н.</i> Проблемы адаптации SEO-компаний к динамике развития алгоритмов ранжирования.....	132
<i>Маслова А. В., Стрельцов Ю. А.</i> Система консультирования управлением CMS «1С-BITRIX».....	133

Матюхина Е. В. Обеспечение информационной безопасности клиентов автосалона.....	134
Морозова А. А. Обеспечение информационной поддержки деятельности контрольно-счетных комиссий Ивановской области.....	135
Некрасова А. С. Значимость информационно-аналитических систем в АПК.....	136
Николаев М. А., Белов А. А. Организация информационного портала на выпускающей кафедре.....	137
Панков А. А., Романова А. А. Основные направления разработки системы мониторинга торговых агентов.....	138
Панов Д. Е. Основы работы в конфигурациях «1С» с использованием облачной технологии.....	139
Путилов С. В., Белов А. А. Особенности системы контроля знаний IntellectPro4.....	140
Раджабов Д. А., Киселёв Д. А. Современные методы и средства анализа сетевого делового взаимодействия.....	141
Разов Н. А., Баллод Б. А. Организация межвузовской студенческой Веб-конференции.....	143
Романова А. А., Панков А. А. Основные направления разработки логистической системы оптимизации маршрута доставок.....	144
Рудаков Н. В. Формирование систем коллективного принятия решений на основе SMS-средств.....	145
Русакова М. С., Шустикова А. С. Совершенствование двухфакторной аутентификации: матричные коды.....	146
Сарвари Р. А. Факторы снижения затрат и упрощения развертывания ЦОД для обработки больших данных.....	147
Смирнова И. О. Особенности создания обучающих программ по математике.....	148
Соколова Е. А. Особенности построения шкал оценивания в условиях компетентностного подхода для студентов специальности «Прикладная информатика в экономике»...	149
Суняйкина Д. А. Эффективность программной реализации процедуры скрининга.....	150
Тихонов А. Н. Организация взаимодействия банков и торговых точек посредством эквайринга.....	151
Трошин А. В. Оптимизация процесса внедрения медицинских информационных систем.....	152

<i>Труфанова А. И.</i> Особенности управления рисками при процессе внедрения корпоративной информационной системы компаний.....	154
<i>Шенягин В. А., Баллод Б. А.</i> Синхронизация требований работодателей и результатов обучения при формировании портфолио студента.....	155
<i>Шляпникова Е. Г.</i> Анализ угроз систем информационной безопасности на примере аптечной сети.....	156
Секция «ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ, КРЕДИТ: ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ»	
<i>Авраамов А. В.</i> Золотовалютные резервы Российской Федерации: проблемы управления и перспективы развития.....	157
<i>Агапова А. А.</i> Необходимость совершенствования налогового администрирования.....	158
<i>Акопян А. А.</i> Развитие банковских продуктов для малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.....	159
<i>Алакеджи Д. О.</i> Налоговая система Японии.....	160
<i>Базарова А. В.</i> Направления инновационной деятельности коммерческих банков на современном этапе.....	161
<i>Баранова Т.</i> Кредитование физических лиц.....	162
<i>Борунова А. А.</i> Резервирование как метод управления кредитным риском в коммерческом банке.....	163
<i>Виейра А. И.</i> Особенности управления государственным долгом РФ.....	164
<i>Гиголаев А. А.</i> Налоги как основной источник формирования доходов бюджета Российской Федерации.....	165
<i>Грушина Н. А.</i> Особенности деятельности системы страхования вкладов России в кризисных условиях.....	166
<i>Гусева Д. А.</i> Вклады населения как источник формирования ресурсной базы банка в современных российских условиях.....	167
<i>Джигерова Э. Г.</i> Специфика маркетинга в банковской сфере.....	168
<i>Егорова Н. А.</i> Особенности финансов некоммерческих организаций.....	169
<i>Жарникова Е. Ю.</i> Маркетинговая составляющая управления рисками коммерческого банка.....	170
<i>Кириллова О. Н.</i> Управление заемным капиталом организации... ..	171
<i>Коровин К. С.</i> О роли снижения ключевой ставки в развитии банковской системы.....	172

<i>Коровкина Е. В.</i> Теневой банкинг и отток капитала: проблемы взаимодействия и перспективы развития.....	173
<i>Ликинов С. В.</i> К сущности налогового планирования.....	174
<i>Малгина Е. Е.</i> Современное состояние валютного рынка России	175
<i>Эрнесто С. Мбеве</i> Проблемные вопросы импортозамещения в России.....	176
<i>Минчук Л. Ю.</i> Проблемы страхования банковских рисков в России.....	177
<i>Михайлова Д. В.</i> Проблемы финансовой поддержки малого бизнеса в РФ.....	178
<i>Назир Д. М.</i> Проблемы формирования ресурсной базы коммерческих банков в современных условиях.....	179
<i>Никитина Е. С.</i> Об управлении кредитными рисками потребительского кредитования.....	180
<i>Новикова А. Д.</i> Состояние и тенденции развития страхового рынка в России.....	181
<i>Новикова А. Л.</i> Введение налога с продаж: преимущества и недостатки.....	182
<i>Носиров Ф.</i> Сохранение ликвидности коммерческих банков как залог успешного развития платежных систем.....	184
<i>Питалева К. И.</i> Финансовый рынок Российской Федерации в современных условиях.....	185
<i>Прокофьева У. Н.</i> Перспективы банковского кредитования в России.....	186
<i>Пузырев И. В.</i> Влияние санкций на банковский сектор РФ. Пути выхода.....	187
<i>Ранжина В. С.</i> Проблемы обеспечения финансовой устойчивости российских организаций в современных условиях развития экономики.....	188
<i>Реутова М.</i> Интеграция страхового рынка России в мировой рынок страховых услуг.....	189
<i>Савельева Ю. В.</i> Управление оборотным капиталом организации	190
<i>Сафронова В. С.</i> Укрепление финансовой самостоятельности местных бюджетов.....	191
<i>Сергеева Н. А.</i> Приоритеты бюджетного финансирования.....	192
<i>Симакова М. В.</i> Управление собственным капиталом организации.....	193
<i>Смурова Н. Е.</i> О значении пенсионной реформы.....	194
<i>Солдатова Е. В.</i> Вклады населения как источник формирования ресурсной базы банка.....	195

<i>Сурманидзе Г.</i> Внедрение базельских стандартов в банковскую систему России – новый шаг к надежности.....	196
<i>Таранова Е. Д.</i> Банковские карты как инновационный продукт...	197
<i>Тарасова Н. В.</i> Конкуренентоспособность коммерческого банка....	198
<i>Тепоян С. А.</i> Депозитная составляющая ресурсной базы коммерческого банка.....	199
<i>Теряева С. В.</i> Инвестиционная деятельность организации.....	200
<i>Третьякова Ю. С.</i> Анализ антикризисных мероприятий правительства Российской Федерации на 2015–2017 гг. ...	201
<i>Чернышова А. А.</i> О значении финансовых рисков организации...	202

Секция

«ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА, АУДИТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ»

<i>Александрова Е. Р.</i> Финансирование государственных (муниципальных) учреждений	204
<i>Алексеева С. В.</i> Внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни.....	205
<i>Викторова М. А.</i> Информационные и телекоммуникационные технологии в организации бухгалтерского учета на предприятиях и в организациях.....	206
<i>Воробьева В. А.</i> Развитие малого предпринимательства в России	207
<i>Грязнов В. С.</i> Проблемы и перспективы автоматизации бухгалтерского учета хозяйствующими субъектами.....	208
<i>Жеглова Н. В.</i> Оценка экономической надёжности и система факторов внешней и внутренней среды промышленного предприятия.....	209
<i>Ильина А. А.</i> Влияние выбранного способа амортизации на величину налогового бремени.....	210
<i>Кахраманова С. Ф.</i> Аналитические подходы к оценке внутрихозяйственных резервов предприятия.....	211
<i>Колотилова Е. В.</i> Использование нормативного метода учета затрат и калькулирования себестоимости готовой продукции на промышленных предприятиях.....	212
<i>Копосова Н. А.</i> МСФО как инструмент интернационализации предприятий.....	213
<i>Никишина Ю. Н.</i> Проблемы формирования и списания резерва по сомнительным долгам.....	214
<i>Никишина Ю. Н.</i> Подтверждающий аудит: от истоков к современности.....	215

Полякова М. О. Методика анализа продаж для торгового предприятия.....	216
Разова Е. О. Системно-функциональный подход в управлении экономической надёжностью промышленного предприятия.....	217
Топал А. Н. Лизинг в условиях экономических санкций.....	218
Топал А. Н. Особенности анализа себестоимости продукта в туристических организациях.....	219
Халезова К. А. Налоговый мониторинг как фактор повышения эффективности системы внутреннего контроля.....	220
Халезова К. А. МПЗ: Перспективы развития системы учета.....	221

Подписано в печать 15.04.2015 г.
Формат 60 x 84 1/16. Бумага писчая. Печать плоская.
Усл. печ. л. 13,7. Уч.-изд. л. 11,44. Тираж 50 экз.

Издательство «Ивановский государственный университет»
153025 Иваново, ул. Ермака, 39
(4932) 93-43-41 E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru