

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ



**СЕВЕРО-КАВКАЗСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
АКАДЕМИЯ**

**«АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА»**



*Сборник материалов
XVIII Региональной научно-практической
конференции
(26 апреля 2018 года)*

г. Черкесск
2018 г.

УДК 332.1
ББК 65.04
А43

НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР:
доктор педагогических наук, профессор М.Ю. Айбазова

Редакционная коллегия:
Абдокова Л. З., Бежанов М. К., Урчукова Ф. Ч.

А43 Актуальные социально-экономические аспекты устойчивого развития региона: сборник материалов Региональной научно-практической конференции (26 апреля 2018 года). / СевКавГГТА. – Черкесск: БИЦ СевКавГГТА, 2018. – 149 с.

Сборник включает материалы Региональной научно-практической конференции «Актуальные социально-экономические аспекты устойчивого развития региона».

Материалы сборника могут использоваться студентами, аспирантами, магистрантами в научно-исследовательской, учебно-методической и практической работе в процессе обучения.

Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

© Северо-Кавказская государственная
гуманитарно-технологическая академия

СОДЕРЖАНИЕ

«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА»

Абдурахманов И. И. , Черкашина Е. Л. ПРОИСХОЖДЕНИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ ДЕНЕГ НА РУСИ	7
Байрамукова Х.С-Х, Абдокова Л. З. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКИ	12
Байрамукова Х. С-Х., Урчукова Ф. Ч. СФЕРА НЕДРОПОЛЬЗОВАНИЯ, КАК ОДНО ИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКИ	15
Гараева Г. Г., Урчукова Ф. Ч. ХЛОПКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ТУРКМЕНИСТАНА	19
Лалиашвили Л. А., Урчукова Ф. Ч. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ РЕКРЕАЦИОННОГО КУРОРТА «ГУМЛОКТ» ДЛЯ КЧР	23
Тамбиева Д. Х-М. СЕТЕВЫЕ СТРУКТУРЫ И ИХ ЗНАЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ	26
Токова А. Р., Абдокова Л. З. «ЦИФРОВОЕ ЗОЛОТО» КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ	34
Токова А. Р., Бежанов М. К. ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ	37
Токова А. Р., Хапанцева Р. Д. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	41
Тоторкулов Ш. М., Узденова М. А.	

ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ	45
---	-----------

Узденова М.А.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ	50
--	-----------

«ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ РЕГИОНА»

Канцеров Р. А., Хубиев И. М.

ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ РФ	57
---	-----------

Каппушева А. И., Бежанов М. К.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА	59
---	-----------

Кочкарова А. А., Бежанов М. К.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	63
---	-----------

Кочкарова Э. А., Узденова Ф.М.

КАЗНАЧЕЙСКИЙ КОНТРОЛЬ	66
------------------------------------	-----------

Лайпанова А. Э., Бежанов М. К.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ	71
--	-----------

Токова А. Р., Бежанов М. К.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	76
--	-----------

Токова А.Р., Эбзеев Х-М. И.

СПЕЦИФИКА И ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СТАРТАП- ПРОЕКТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	79
--	-----------

Узденова Ф. Э., Бежанов М. К. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ НА МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ	83
Эркенова Р. Х., Бежанов М. К. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬ- НОГО ОБУЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В РОССИИ И ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН	86
Хапаева А.Ш., Лайпанова Д.Б. СЛОЖНОСТИ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД	89
Чотчаева А. Х., Бежанов М. К. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ КЧР.....	93

**«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ
В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА»**

<i>Аджиева А. З., Узденова Ф. М.</i> АНАЛИТИЧЕСКИЙ И СИНТЕТИЧЕСКИЙ УЧЕТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ОРГАНИЗАЦИИ	97
Айденова З. Б., Абдокова Л. З. СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ	102
Байрамукова Х.С-Х., Суюмбаева Р. А. ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	106
Биджиева А. Р., Абдокова Л. З. РОЛЬ УПАКОВКИ ТОВАРА В МАРКЕТИНГЕ	110
Бытдаева М. М., Урчукова Ф. Ч. ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	113

Бытдаева М. М., Хапанцева Р. Д. ВТРК «АРХЫЗ» – КАК РЕКЛАМА РЕГИОНА	116
Гогугев Р.А., Абдокова Л. З. РОЛЬ ПИАРА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	120
Токова К. Р., Абдокова Л. З. ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ДЕТЕЙ	124
Урчукова Ф. Ч. ПАРАМЕТРЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КЧР	127
Эбзеева Ф. Р., Узденова Ф. М. ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА	131
Эркенова Р. Х, Абдокова Л. З. ИННОВАЦИЯ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ НА РЫНКЕ	134
Канцеров Р.А. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	138
Яндиев Р. И., Абдокова Л. З. ЭФФЕКТИВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	141
Бытдаева М.М., Урчукова Ф.Ч. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ, РАБОТАЮЩЕЙ В ОТРАСЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....	145

«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА»

*Абдурахманов И. И.
Среднепрофессиональный колледж
ФГБОУ ВО «СевКавГГТА», г. Черкесск
Черкашина Е. Л.
Среднепрофессиональный колледж
ФГБОУ ВО «СевКавГГТА», г. Черкесск*

ПРОИСХОЖДЕНИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ ДЕНЕГ НА РУСИ

Актуальность темы связана с огромной ролью, которую играют деньги в развитии социальных связей общества. Следует отметить, что денежный ресурс необходим в современном мире, как условие развития любых экономических систем. Можно утверждать, что деньги являются не просто инструментом для осуществления некоторых операций в экономических процессах. Деньги – это социальное явление, психологический фактор, оказывающий влияние на социум. В частности, с помощью денег осуществляется контроль [5, с.56] и управление затратами на предприятии [6, с.17].

В современном мире изучение происхождения и эволюции денег позволяет выявить особенности экономического анализа [7, с.16] и финансового управления [8, с.81], способствующие функционированию рыночной экономики. Определить условия правового регулирования денежного ресурса. Справедливо утверждение, что области правовых и экономических отношений пересекаются на основе взаимодействия и сотрудничества. Юридическое право необходимо для развития экономики.

Концепция социального государства представляет собой результат баланса между развитием рыночной экономики и ее государственно-правовым регулированием [10]. Реализация данной концепции возможна при условии изучения особенностей происхождения и эволюции денег, определения их правового статуса. Чем и определяется актуальность исследования.

Цель работы – выявление отдельных аспектов развития денежной системы в России в историческом, концептуально-экономическом и юридическом ракурсах.

Задачи работы:

– представить исторический обзор возникновения денег на Руси,

развития и изменения денежной системы России;

- выявить концептуальные основы современных денежных средств, обладающих оборотом на территории Российской Федерации;

- выявить подходы к правовому регулированию современных денежных средств в Российской Федерации.

Первоначально роль аналога денег на Руси играл скот, употребление этого слова связывалось с понятием – деньги. В последующем развитии хозяйственных отношений на Руси в качестве денег использовались меха. Одновременно со скотом, а потом и вообще, вытеснив его на периферию денежных отношений, так как мех обладал рядом преимуществ.

Однако, развитие товарного производства на Руси связывается не с мехом, а появлением металлических денег, основой которых являлась гривна – это единица, позволяющая осуществлять измерение благородных металлов: золота и серебра. Следует отметить, что гривна не являлась единственной альтернативой меху, в качестве металлических денег также использовался златник или золотник, как первая золотая монета на Руси. Златник служил видимым проявлением силы государства Рюриковичей и особой роли в денежных отношениях не играл. Кроме того, чеканился также сребреник. А в конце четырнадцатого века появилась денга. В шестнадцатом веке был учрежден монетный двор. Так как в течение всего восемнадцатого века Российская империя была вынуждена вести ряд военных компаний, понадобилась необходимость в печати бумажных денег, что связано с дефицитом золота и серебра. Поэтому были учреждены банки для обмена ассигнаций. Это произошло при Екатерине II.

Начало двадцатого века охарактеризовалось усилением роли рубля, как основной денежной единицы. Основным принципом осуществляемой в те времена реформы являлась возможность свободного обмена бумажных денег на золотой рубль.

После Октябрьской революции (девятнадцатый год двадцатого века) появляются первые советские бумажные деньги. Они получили название – совзнаки и были номиналом в один, два и три рубля. А в двадцать четвертом году двадцатого века в обращение были введены металлические монеты.

На современном этапе развития денежных средств можно выделить следующие понятия эквивалента денежных знаков в Российской Федерации. Каждое из которых обладает определенной стоимостью в рублях и позволяет организовать производственный процесс [9, с.10].

Вексель – это вид долгового обязательства, представляемого в письменной форме. Вексель – это ценная бумага, документ, в котором указывается информация, связанная с датой выплаты должником оговоренной суммы.

Денежная банкнота – это вид бессрочного долгового обязательства в отличии от векселя.

Чек – содержит информацию о выплате определенной суммы владельцем счета в банке предъявителю.

Важную роль в современном мире играют электронные деньги, предполагающие осуществление денежных транзакций с помощью компьютерных систем. Появление электронных денег связывается с постепенным угасанием роли материальных, вещественных средств платежа. Деньги из материальной области переходят в информационное пространство. Для осуществления денежных операций используется пластиковая карта. Однако, в настоящее время в качестве электронных денег рассматривается криптовалюта, роль которой в современном мире является огромной.

Криптовалюта – это деньги, реализованные в виртуальном пространстве, не имеющие вещественного выражения. Единицей такой валюты является «coin», что в переводе с английского языка означает «монета». Данный вид денег создается (эмулируется) в сети Интернет и не обладает привычными связями с каким-либо государством. Криптовалюта является самостоятельной формой денежных ресурсов и может добываться любым человеком посредством майнинга, который предполагает использование компьютерных мощностей для решения различных задач криптовалютной сети. Достоинства криптовалюты: открытость, анонимность и децентрализация. Недостатки криптовалюты: возможность запрета и риски, связанные с потерей стоимости, низкая гарантия надежности транзакций.

На сегодняшний день существует множество виртуальных денег, но популярности добились немногие. Первопроходцем в этой сфере является Биткоин, который разрабатывался в течение нескольких лет и стал доступен пользователям в 2009 году. Первоначально Биткоин интересовал любителей компьютерных игр, а его стоимость была незначительна. С 2010 года одна из биржевых площадок позволила менять Биткоины на обычные деньги. В результате интерес к Bitcoin стабильно увеличивается, а вместе с этим растет и курс виртуальных денег.

Сегодня Bitcoin можно поменять в одном из многочисленных обменных пунктов, через специальные терминалы и другими путями. С помощью Биткоинов можно оплачивать товары и услуги, осуществлять переводы и совершать другие операции.

Повсеместное распространение компьютерной техники приближает тот день, когда можно будет сказать, что криптовалюта заняла достаточно прочные позиции во всём мире, и не только в качестве интересной штуковины для криптоманов а как средство расчёта платежа. Сегодня российская криптовалюта занимает второе место.

Правовая область регулирования современных денежных средств в Российской Федерации основывается на федеральных законах [1], [2]. Региональных стратегиях развития [3], [4], а также ст. 128 Гражданского кодекса РФ, где деньги определяются, как объект гражданского права. То

есть деньги представляют собой потребляемые, с возможностью замены, родовые и делимые вещи. На современном этапе развития денежных отношений, в связи с развитием информационных технологий и повсеместным распространением компьютерной техники, популярным является обращение электронных денег на территории РФ, что обусловило необходимость правового регулирования в этой области.

На территории РФ роль государственного регулятора виртуальных денежных отношений принадлежит Правительству и Центральному Банку. Данные правительственные органы должны обеспечить изменение законодательства РФ в финансовой сфере, предусматривающее использование электронных денег, статуса цифровых технологий, но при этом рубль остается единственным законным платежным средством в РФ.

Согласно действующей редакции Федерального закона от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», выпуск на территории Российской Федерации денежных суррогатов запрещается, кроме того, в соответствии со статьей 140 Гражданского кодекса Российской Федерации рубль является законным платежным средством, обязательным к приему по нарицательной стоимости на всей территории Российской Федерации.

Это означает, что в соответствии с действующим российским законодательством, биткоин не относится к числу объектов гражданских прав. Криптовалюта не поименована в законодательных актах Российской Федерации что делает невозможным официальное ее использование.

При этом интересно отметить что, запрещая выпуск биткоинов, действующее законодательство не запрещает саму криптотехнологию, на которой работает система.

Кроме того, Президент России Владимир Путин издал несколько указов, которые, на сегодняшний день, лучше всего проясняют политику России в отношении криптовалют. В этих указах говорится о создании новых правовых структур вокруг криптовалют, но кроме этого, речь идет, об амбициозном проекте на базе блокчейн по созданию «единого платежного пространства» в рамках Евразийского экономического союза, в котором состоят Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и Россия.

Путин также приказал правительству Дмитрия Медведева разработать систему регистрации майнеров и установить для них определенные налоговые обязательства.

Правительство Российской Федерации совместно с Банком России должно обеспечить внесение изменений в законодательство Российской Федерации, предусматривающих определение статуса цифровых технологий, используемых в финансовой сфере, но при этом рубль остается единственным законным платежным средством в Российской Федерации.

Вышесказанное свидетельствует о том, что наука гражданского права в настоящее время не выработала единую концепцию денег.

Тем не менее, вопрос о самостоятельном выделении безналичных денег, в частности, криптовалюты, в отдельный вид остается дискуссионным, как и их определение, роль в платежной системе и функции, но актуальным, предполагающим дальнейшее развитие в законодательстве Российской Федерации.

Таким образом, на основании изложенного выше можно сказать, что

- появление денег связано с развитием торговых отношений, когда появилась необходимость во всеобщем эквиваленте, способным определить стоимость производимых товаров и услуг;

- деньги ликвидны в том случае, когда их использование не ограничено для приобретения товаров или услуг и они представляют собой общепризнанное средство обмена;

- деньги представляют собой информационные носитель, платежная сила которого закреплена в соответствующих нормативных актах;

- деньги характеризуются юридической природой и вне права современные деньги не способны выполнять экономические функции.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 (ред. от 26.07.2017) «О банках и банковской деятельности» // СПС КонсультантПлюс: [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842

2. Федеральный закон от 22.07.2005 № 116-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/

3. Государственная программа «Развитие промышленности, торговли, энергетики, транспорта, связи и информационного общества в Карачаево-Черкесской Республике на 2017-2019 годы»: Министерство экономического развития Карачаево-Черкесской республики [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://economykchr.ru/attachments/category/54.pdf>

4. «Стратегия социально-экономического развития в Карачаево-Черкесской республике до 2035 года»: Министерство экономического развития Карачаево-Черкесской республики [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://economykchr.ru/strategicheskoe-planirovanie-analiz-i-prognostirovanie/strategicheskoe-planirovanie/370>

5. Александрова С.И. Прогрессивные методы управления затратами и пути их применения в российской практике / С.И. Александрова // Символ науки. – 2015. – № 4. – С. 56-59

6. Ботабаева, К.Г. Механизм управления затратами высшего учебного заведения / К.Г. Ботабаева // Наука и Мир. – 2015. – Т.3, № 4 (20). – С. 17-19.

7. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2018. – 506 с.

8. Станиславчик Е.Н. Финансовые инструменты управления рисками в инвестиционном проектировании: научное издание. – М.: Дело и сервис, 2016. – 186 с.

9. Федорович В.О., Конципко Н.В. Экономика организаций: практикум: учебно-методическое пособие. – М.: Проспект, 2017. – 144 с.

10. Логунов В.Н. Государственное регулирование экономики / В.Н. Логунов, Ю.А. Корчагин. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.lerc.ru/?art=15&page=11&part=articles>

Байрамукова Х.С.-Х.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Абдокова Л. З., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Карачаево-Черкесская Республика всегда являлась аграрным сектором, регионом, с оптимальными природно-климатическими условиями, и остается таковой до сих пор. Основная часть населения Республики проживает в сельской местности – около 270 тысяч человек. Для решающего большинства сельских жителей региона занятие сельским хозяйством выступает основным источником дохода. Площади сельскохозяйственных земель региона составляет около 608,8 тыс. га, из них пашни 145, сенокосы 137 и пастбища 326,8 тыс. га. Природно-климатические условия Карачаево-Черкесской Республики позволяют говорить о ней как о уникальном регионе России, который имеет довольно обширные летние горные пастбища. Плодородные земли в общей структуре сельскохозяйственных угодий занимают 299 тыс. га или около 49 % [5].

Зерновое направление в растениеводстве является одним из приоритетных направлений и имеет первостепенное значение. Чаще всего встречаются такие зерновые культуры, как озимая пшеница и кукуруза, а также довольно широко распространены посевы ярового ячменя, овса, гречихи, сои. Хозяйства, расположенные на горных зонах, в основном занимаются выращиванием картофеля и овощных культур, обеспечивающих потребность жителей в указанных продуктах питания, а производство картофеля позволяет продавать определенную часть урожая за пределы региона. В регионе постоянно расширяется список сельскохозяйственных организаций, которые занимаются производством экологически чистой продукции за счет передовых технологий, научно

обоснованного использования минеральных удобрений и средств защиты растений, подбора высокоурожайных сортов и гибридов отечественной и зарубежной селекции, внедрения ресурсосберегающих технологий.

1 января 2013 года в Российской Федерации начала действовать новая Государственная программа развития сельского хозяйства на 2013-2020 годы. В целях реализации мероприятий данной Государственной программы в Карачаево-Черкесской Республике разработана республиканская целевая программа «Развитие сельского хозяйства Карачаево-Черкесской Республики до 2020 года», основными задачами которой являются стимулирование роста производства основных видов сельскохозяйственной продукции, повышение эффективности, технологического и технического оснащения сельского хозяйства.

В связи с вышесказанным давно назрела потребность в создании логистических центров для хранения зерна и овощей, произведенных как самим предприятием, так и для оказания услуг по сушке и хранению зерна и овощей сторонним предприятиям и организациям. С этой задачей справилась ООО фирма «Хаммер», которая является ведущим сельскохозяйственным предприятием в Карачаево-Черкесии. Основными направлениями деятельности фирмы являются выращивание зерновых, масличных, кормовых культур, сахарной свеклы, заготовка растительных кормов, разведение мелкого рогатого скота, других сельскохозяйственных животных, производство шерсти, шкур и многое другое.

Чтобы идти в ногу со временем, учитывая курс Правительства РФ на импортозамещение и укрепление экономической безопасности страны, а также в виду необходимости увеличения рентабельности и прибыльности производства, руководство ООО фирмы «Хаммер» в 2015 году разработало инвестиционный проект, предусматривающий строительство селекционно-семеноводческого центра для производства семян зерновых и масличных культур и оптово-распределительного (логистического) центра для хранения зерна и овощей, как для Российского товаропроизводителя, так и для собственных нужд. Это было обусловлено, прежде всего, постоянно растущими ценами на семена, приобретаемые для выращивания зерновых и масличных культур и расходы по сушке и хранению зерна и овощей. На сегодняшний день проект полностью завершен и введены в эксплуатацию оптово-распределительный и селекционно-семеноводческий центры.

Сегодня можно с уверенностью говорить о том, что данный проект ООО фирмы «Хаммер», а именно проект по строительству селекционно-семеноводческого и оптово-распределительного центров для карачаево-черкесской республики имеет социально-экономическую значимость.

13 ноября 2017 года ООО фирма «Хаммер» официально запустила селекционно-семеноводческий и оптово-распределительный центры, которые являются крупнейшими на территории Северо-Кавказского

федерального округа. В открытии приняли участие министр сельского хозяйства России Александр Ткачев и глава КЧР Рашид Темрезов [1].

На открытии Руководитель Минсельхоза Российской Федерации отметил важность стартовавшего проекта, который будет в последующем обеспечит семенами лучших кондиций агропромышленный комплекс не только Северного Кавказа, но и всего юга России. «Предприятие имеет особые перспективы развития, так как оно строилось при государственной поддержке регионального и федерального уровней. Это действительно крупнейший производитель семян на юге страны. Семена будут полностью адаптированы к условиям климата Северного Кавказа и не только. Я уверен, что благодаря таким предприятиям, такого класса качества семенам мы будем расти, конечно, и в урожайности», - отметил Александр Ткачев [2].

В последние годы на территории Карачаево-Черкесской Республики урожайность сельскохозяйственных культур возросла примерно на 15%. В целом, регион показывает хорошие показатели в сельскохозяйственной сфере и имеет хороший потенциал в ней. Современные экономические условия требуют от сельского хозяйства наличия отечественных, высококачественных и недорогих семян. Реализация проекта была бы невозможна без поддержки государства, в том числе и в лице министра сельского хозяйства России Александра Ткачева. Это первая программа такого типа, построенная в регионе, она полностью соответствует выполнению той задачи, которую ставит Президент РФ Владимир Путин – обеспечение внутреннего российского агропромышленного комплекса отечественным сырьем и далее импортозамещение продукции. В результате реализации данного проекта, в регионе возродится отрасль семеноводства, которая имеет очень важные и долгосрочные перспективы для поддержки местных аграриев.

Хотелось бы отметить, что общая стоимость проекта насчитывается около 815 миллионов рублей, а срок окупаемости составит 3,9 лет [3]. Производственная площадка проекта находится в Прикубанском районе на 78-м километре автодороги Лермонтов - Черкесск. Благодаря реализации данного проекта создано около 152 новых рабочих мест. Налоговые поступления в бюджет субъекта за год составят свыше 1,5 миллиона рублей.

В работе центров используется новейшие технологические оборудования из Сербии, Дании и США. Селекционно-семеноводческий центр может производить в год 10 тысяч семян зерновых и масличных культур. Оптово-распределительный центр рассчитан на одновременное хранение 120 тысяч тонн зерна. В его состав входит шесть зернохранилищ по 14 тысяч квадратных метров каждое.

Важно также отметить, что регион получил хороший экономический эффект от данного проекта, так как он обеспечил сельхозпредприятия

республики качественными семенами. Продукция селекционно-семеноводческого центра позволит снизить долю импортных семян на российском рынке и удовлетворить потребности регионов Южного и Северо-Кавказского федеральных округов в семенах пшеницы, ячменя, кукурузы, подсолнечника и сои. Благодаря появлению такого предприятия, в республике возрождается отрасль семеноводства, имеющая важные и долгосрочные перспективы для поддержки местных аграриев.

Таким образом, можно сказать, что ООО фирма «Хаммер» является неотъемлемой частью экономики Карачаево-Черкесской Республики, а данный ее проект по строительству селекционно-семеноводческого и оптово-распределительного центров привлёк большое внимание к нашей республике. Значимость инвестиционного проекта «Строительство селекционно-семеноводческого и оптово-распределительного (логистического) центров на территории Карачаево-Черкесской республики» - своего рода стратегическое видение, стратегический подход заключается не только в экономическом и социальном плане, но и в качестве важнейшего имиджевого проекта, который будет показателем перехода экономики республики к внедрению самых современных технологий. А развитие сельскохозяйственной отрасли для Карачаево-Черкесии, а в частности сферы растениеводства – это одна из приоритетных задач, необходимых для решения социальных проблем на Кавказе, таких как создание рабочих мест и конкурентных отраслей экономики.

Список литературы:

1. <http://rsm.su/news/apk/3194/>
2. <http://www.kchr.ru/mainmenu/head/news/detailed> – Официальный сайт Главы и Правительства Карачаево-Черкесской Республики
3. <http://investkchr.com/investitsionnye-proekty>
4. <http://hammer09.ru/>
5. <https://etokavkaz.ru/proizvodstvo/khammer-semeinoe-delo>

Байрамукова Х. С-Х.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Урчукова Ф.Ч., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

СФЕРА НЕДРОПОЛЬЗОВАНИЯ КАК ОДНО ИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ КАРАЧАЕВО- ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКИ

В Карачаево-Черкесии разведан целый ряд месторождений полезных

ископаемых, которые на протяжении многих десятилетий оставались не востребуемыми. Однако в течение последних трех лет в сфере недропользования наблюдается положительная тенденция постоянного увеличения объемов добываемых полезных ископаемых, в основном это - гипс и известняк, что показывает активность предпринимательского сектора.

Согласно данным на начало 2017 года в республиканском перечне участков недр местного значения числится 75 участков с общераспространёнными полезными ископаемыми и 34 - содержащих пресные подземные воды.

По данным анализа объемов добычи, в прошлом году твердых полезных ископаемых и подземных вод наблюдалась тенденция увеличения данного показателя в сравнении с предшествующим периодом по нескольким видам полезных ископаемых.

Так, несмотря на рост налогов на добычу полезных ископаемых, зафиксировано увеличение объемов добычи гипса на 22%, а метаморфических пород на 20%. Такая положительная тенденция наблюдается на протяжении последних 3 лет, несмотря на то, что вышеуказанные налоги были повышены.[4]

Неотъемлемой частью активного процесса добычи полезных ископаемых выступает тот факт, который должен учитывать рациональное использование и охрану недр, а также составляющие особую важность сохранения геологических памятников природы, которые расположены на территории республики.

В КЧР в сфере недропользования функционирует специальный отдел, что свидетельствует об актуальности данного вопроса.

Работа отдела направлена на достижение следующих основных целей, заключающихся:

- в разработке и реализации мер, которые направлены на формирование перспективных направлений политики государства в КЧР, которая определяется федеральным законодательством;
- в разработке и реализации территориальных государственных программ, которые связаны с регулированием отношений в сфере недропользования;
- в организации соблюдения на территории Карачаево-Черкесской Республики юридическими и физическими лицами правил пользования фондом недр;
- в организации государственного контроля над геологическим исследованием, рациональным использованием недр, содержащих полезные ископаемые;
- в обеспечении интересов КЧР при заключении соглашений между федеральными органами исполнительной власти и

- органами исполнительной власти КЧР;
- в осуществлении государственного управления в сфере рационального использования участков недр, содержащих месторождения полезных ископаемых на территории КЧР в соответствии с установленным порядком;
 - в участии в порядке, установленном действующим законодательством, в создании и обеспечении функционирования системы учета полезных ископаемых и в содействии развитию международного и межрегионального сотрудничества в сфере недропользования. [3]

Отдел занимается осуществлением государственного геологического контроля, в установленном действующим законодательством порядке, по следующим вопросам:

- соблюдение требований законодательства, которые регулируют отношения в сфере недропользования;
- геологическое исследование участков недр, которые содержат месторождения полезных ископаемых;
- установление достоверности геологической информации, получаемой за счет средств республиканского бюджета, не связанных с добычей полезных ископаемых;
- соблюдение условий лицензий на пользование участками недр, которые содержат месторождения полезных ископаемых.

Также специальный отдел является участником разработки и реализации государственных программ геологического исследования недр, развития и освоения минерально-сырьевой базы РФ и КЧР.

В обязанности отдела также входит осуществление подготовки разрешений на добычу полезных ископаемых, которые не числятся в балансе государства, и строительство подземных сооружений для нужд, на глубину до пяти метров, а также устройство и эксплуатацию бытовых колодцев и скважин на первый водоносный горизонт, который не является источником централизованного водоснабжения.

Наш регион богат полезными ископаемыми. В республике разведаны месторождения медно-колчеданных и вольфрамовых руд, каменного угля, цементного сырья, огнеупорных глин, полевошпатowego сырья, гипса, серпентинитов, базальтов для производства минерального волокна, облицовочного камня, изверженных пород, минеральных, термальных и высококачественных пресных подземных вод, пригодных для розлива, а также многочисленные залежи разнообразного сырья для производства местных строительных материалов. Ведутся поиски золоторудных месторождений и каолиновых глин. [2]

Показатели добычи полезных ископаемых в КЧР растут уже на протяжении трех последних лет.

В первой половине 2016 года межведомственной комиссией по

согласованию технических проектов разработки месторождений полезных ископаемых, было рассмотрено семь проектов разработки по участкам недр местного значения, шесть из которых согласованы, один направлен на доработку.

Также в данной сфере в КЧР стартуют два инвестиционных проекта. Первый проект - это проект при реализации которого будет построен горно-металлургический комбинат на месторождении вольфрама Кти-Тебердинское. Он реализуется организацией «СевКавНедра». Данная работа предполагает строительство комбината для получения готового продукта - триоксида вольфрама в паравольфрамате аммония.

Строительство горно-металлургического комбината начнется с момента получения лицензии. Инвестиционная фаза будет продолжаться три с половиной года. А срок отработки месторождения, учитывая его развитие и затухание - 24 года.

На сегодняшний день проект находится на предварительной стадии проработки, уже разработано технико-экономическое обоснование, планируется дальнейшее инвестирование собственных средств для получения лицензии и дальнейшего внедрения проекта, реализация которого позволит создать 500 новых рабочих мест. [1]

Предполагаемая добыча руд является стратегическим сырьем, и будет использоваться во многих отраслях деятельности. 70-80% добываемого Молибдена используется в производстве легированных сталей. Остальное сырье используется в форме чистого металла и сплавов с цветными и редкими металлами, а также в виде химических соединений. Молибденовые проволока и лента широко применяются в качестве нагревателей для высокотемпературных печей, при производстве красок и лаков. Оксид Молибдена используется как катализатор в химической и нефтяной промышленности. В основном Молибден используют как конструкционное сырье в энергетических ядерных реакторах. Следующее стратегическое сырье Вольфрам применяют при легировании сталей, и изготовлении твердых сплавов нитей накаливания электроламп, нагревателей в электрических печах, электродов для сварки, катодов генераторных ламп, выпрямителей высокого напряжения.

Второй инвестиционный проект предполагает строительство комплекса предприятий для производства базальтового волокна из базальта. Инвестором является ООО ИСК «Кубанское».

Базальтовые волокна, обладающие уникальными свойствами, получают из природного материала, который имеет вулканическое происхождение. Ассортимент продукции, в состав которой входит базальтовое волокно, весьма широк. Такие изделия применяются в авиационной, нефтехимической, строительной отраслях, машиностроении, строительстве инженерных сетей, дорожном строительстве, сельском хозяйстве т.д. Согласно данному инвестиционному проекту, по

производству базальтового волокна из базальта, для начала предполагается производство изделий строительной и дорожной отраслей. Планируется производить наружный и внутренний тепло- и звукоизоляционный материал, многоразовые опалубки, сетка для армирования бетонных и дорожных покрытий, огнезащитная, теплозащитная спецодежда. Когда производство будет запущено на всю мощность, ассортимент продукции будет постепенно расширяться. [5]

Подводя итог всего выше сказанного, можно сделать вывод, что сфера недропользования - это очень перспективное направление. Данные инвестиционные проекты соответствуют всем критериям, для получения статуса приоритетного и являются актуальным направлением Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года.

Список литературы:

1. Аскинадзи В.М. Инвестиционный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Аскинадзи В.М., Максимова В.Ф.- Электрон. текстовые данные. - М.: Евразийский открытый институт, 2011 г. - 200 с.
2. Синенко, С.А. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Синенко С.А., Славин А.М., Жадановский Б.В. - Электрон. Текстовые данные. - М: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2015 г. - 181 с.
3. <http://investkchr.com/>
4. <http://portal09.ru/poleznyie-iskopaemyie>
5. Научная электронная библиотека. - URL: <http://elibrary.ru>

Гараева Г. Г.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Учрукова.Ф.Ч., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ХЛОПКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ТУРКМЕНИСТАНА

Одной из стратегических хозяйственных культур Туркменистана является Хлопок. Это один из самых экспортно-ориентированных продуктов. Очень большое значение имеет наращивание объемов производства этого сырья. На территории Туркменистана выращиваются разные сорта хлопкового волокна, в частности, как средневолокнистые, так и тонковолокнистые. Средневолокнистый хлопок распространён по всем уголкам государства, в то время как тонковолокнистый – лишь в

отдельных его регионах, таких как Ахалская и Марыйская области. Если собрать все хлопковые поля Туркменистана, то в целом получится примерно 550 тысяч гектаров. [5]

Производимые из хлопка изделия пользуются большим спросом на мировом рынке и составляют не малую часть экспортируемых товаров из Туркменистана, которые приносят не малую прибыль стране.

В последнее время количество Туркменского хлопчатника, который перерабатывают в пределах страны, значительно увеличивается в размерах.

В соответствии с принятой на Совете старейшин в 2009 году реформой, касающейся аграрной промышленности, осуществляются значительные шаги в сторону развития такой отрасли производства, как хлопководство. К этому относится и полнейшее усовершенствование данной отрасли в соответствии с современными требованиями.

Переработка хлопкового сырья является одной из самых сложных и требует постоянного контроля, чтобы поливы, подкормки азотными удобрениями проводились в оптимальное время и в научно обоснованных объемах. За посевами необходимо следить: освобождать от вредителей с первых дней после того, как показались всходы, и почти до самой уборки. Распространены химические и биологические средства защиты.

Хлопководство является одной из важнейших отраслей сельского хозяйства Туркменистана, поэтому на нее выделяются значительные средства.

Семь лет назад к уборке урожая хлопчатника было привлечено более шестиста комбайнов. А в транспортировке урожая принимали участие более 2630 автомашин, более 2280 транспортных тракторов и более 3240 тележек для перевозки хлопка с полей на 153 приемных пункта. Переработка сырья осуществляется на 35 хлопкоочистительных заводах.

Государственная помощь выражается в техническом переоснащении и модернизации всей производственной инфраструктуры агропромышленного комплекса, развитии химической индустрии, обеспечивающей отрасль минеральными удобрениями, комплексном решении вопросов мелиорации и водоснабжения. Акцентируя внимание на важности бережного использования воды, президентом было дано указание сделать мелиоративные работы более интенсивными, ускорить очистные работы дренажных коллекторов, взять под более строгий контроль расходование влаги на площади посевов.

В настоящее время производством хлопка занимается большинство сельского населения государства. По последним статистическим данным, в стране насчитывается свыше 250 тысяч человек, арендующих площади для посева и выращивания хлопчатника. С каждым днем увеличивается численность хозяйств, занимающихся хлопководством. Это в свою очередь очень хорошо способствует трудоустройству населения страны. [5]

В новую историческую эпоху одним из аспектов реформ стало стимулирование повышения производительности труда дайхан через внедрение эффективных рыночных механизмов. Помимо льгот, предоставляемых при осуществлении механизированных работ по уходу за посевами, поливах и в обеспечении удобрениями, в последние годы для хлопкоробов были значительно повышены расценки на выращенный хлопок, особенно тонковолокнистый - самый трудоемкий и при этом пользующийся особым спросом. Надбавки на выращивание семенного хлопчатника очень высоки. Например, при культивировании хлопчатника на семена высокой репродукции надбавки составляют до 50% процентов стоимости «белого золота». Всего в стране на сегодняшний день насчитывается 116 семеноводческих хозяйств. [1]

Агронаука издавна определила, что чертой, которая отделяет благоприятные воздействия от неблагоприятных воздействий на хлопок является 43-я параллель. Принято считать, что в той части, которая находится ближе к югу от этой параллели хлопок растет благоприятнее, а, соответственно, севернее выращивать хлопок не рационально. Не смотря на то что вся территория государства находится южнее 43-й параллели, этот фактор не является решающим в благоприятности выращивания хлопчатника. Помимо тепла для благоприятного выращивания сырья необходимы так же достаточное количество влаги и удобренные земли. Растение хлопка за 24 часа от 10 до 15 раз обновляет содержание влаги в клетках. Следовательно, можно говорить о том, что хлопок является не только «Дитем Солнца», как называли его древние, но и «дитем воды».

На урожайности «белого золота» положительно сказалось внедрение научно обоснованного принципа районирования культур, учитывающего почвенно-климатические условия каждого региона, а также активное использование новейших достижений аграрной науки в области семеноводства, благодаря чему засеваются только наиболее эффективные сорта хлопчатника - на полях страны выращивается 9 средневолокнистых и 4 тонковолокнистых сорта. Из длиноволокнистого хлопка получается хороший текстиль, а из коротковолокнистого – долговечный. Наиболее выгодный набор подобран для каждого большого и маленького города, и даже хозяйства. При этом продолжается активная работа по использованию новейших достижений аграрной науки в области семеноводства, свое место в посевах занимают более эффективные сорта хлопчатника, прежде всего, отечественного производства.

Хлопковая промышленность занимает один из первых мест в экономике Туркменистана, что определяет его конкурентоспособность. В следствии чего, в стране строятся новые заводы по очистке и обработке данного сырья, производству различных масел на основе хлопка, хлопкопрядильные фабрики и текстильные комплексы, закупает современную технику для нужд хлопководства, развивает селекционную

работу и так далее. [3]

Огромное развитие получила текстильная промышленность за последнее время своего существования в данном государстве, и в то же время она стала главной экспортно-ориентированной отраслью экономики Туркменистана, которая способствует развитию сферы услуг в стране. [4]

Наиболее эффективные, экологически чистые технологии плюс высочайшее, соответствующее международным стандартам качество – эти преимущества обуславливают высокий спрос на туркменский текстиль на международных рынках. Более 70% высококлассной, отвечающей всем международным стандартам экологической чистоты и высокого качества конкурентоспособной продукции, выпускаемой отраслевыми предприятиями, сегодня идет на экспорт. Хлопчатобумажная пряжа, джинсовая и махровая ткани, трикотаж, сатин, ситец, готовые швейные и трикотажные изделия, выпускаемые в широком ассортименте туркменскими текстильщиками, экспортируются сегодня в десятки государств мира.

Не менее важным является такое направление промышленности, как переработка семян хлопка. Особое место здесь занимают предприятия по отжиму масел из семян хлопчатника, например «Ахал» в котором высокие технологии дают возможность производить продукцию, подлежащую конкуренции.

Государственный концерн «Туркменпагта» является органом государственного управления, осуществляющим свою деятельность как производственно-хозяйственный комплекс, обеспечивающий разработку и формирование важнейших направлений развития хлопководства и хлопкоочистительной промышленности Туркменистана.

Средневолокнистый хлопок распространён по всем уголкам государства, в то время как тонковолокнистый – лишь в отдельных его регионах, таких как Ахалская и Марыйская области [2].

Следовательно, можно подвести такой итог: хлопок обеспечивает работой не только сельских жителей. Его переработкой занимаются множество различных предприятий и фабрик. Так же он используется в пищевой отрасли. На территории крупных городов, занимающихся посевами хлопка, таких как Ашхабад, Кипчак, Сердар, Бахарлы, Байрамали, Рухабат и другие, имеются новейшие комплексы и предприятия текстильной промышленности, где хлопчатник проходит полный цикл обработки.

Список литературы

1. Аллабердиева Д. Б. Из истории первых хлопкоочистительных заводов в Туркменистане // Молодой ученый. - 2015. - №13. - С. 537-539.
2. Урчукова Ф. Ч. Топсохалова Ф. М. «Государство и предпринимательство в системе координации и согласования интересов».

Статья в журнале ВАК (№ 1), Фундаментальные исследования № 5 (Москва 2016г.)

3. Урчукова Ф. Ч., Эркенова Р. Х. «Управление конкурентоспособностью агропромышленного предприятия» (БИЦ «СевКавГГТА», Черкесск 25 апреля 2016г).

4. Урчукова Ф. Ч., Гандаева А. Т. «Сегментация и способы охвата рынка в сфере услуг» (БИЦ «СевКавГГТА», (БИЦ «СевКавГГТА», Черкесск 25 апреля 2016г).

5. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент [Электронное издание]: учебник для вузов/ Фомичев А.Н.- Электронные текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2010.

Лалиашвили Л. А.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Урчукова Ф.Ч., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ РЕКРЕАЦИОННОГО КУРОРТА «ГУМЛОКТ» ДЛЯ КЧР

Туризм является довольно сложным и разнообразным социально-экономическим явлением современности. Курорты КЧР являются как социально так и экономически значимыми объектами для потребителей туристских услуг, которое выражается в путешествии, которое совершается в рекреационных, деловых, учебных, научных и других видах. Для представителей туристской индустрии - это сфера деятельности является добавлением капитала, областью направленной на удовлетворение и формирование потребностей потенциальных клиентов услуг [2].

Социально-экономическая значимость туризма для региона достаточно велика. Так, влияние туристской деятельности на экономическую жизнь всего региона заключается в том, что он является одной из наиболее доходных и быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства. Прибыль от туризма в общем объеме экспортируемых товаров и услуг занимают второе место в мире после добычи нефти и нефтепродуктов. Туризм обеспечивает немалые поступления в бюджет через налоги от туристических предприятий, через курортные, таможенные и другие сборы.

Социальная значимость туризма выражается в реализации инновационных замыслов, стремлений и сил внутренних ресурсов человека, затраченных в производстве и в быту. Также туристская

индустрия помогает решить задачу занятости местного населения региона, поскольку туризм является одной из наиболее трудоемких отраслей экономики с большой численностью работников, занимающихся обслуживанием туристов [3].

Так, на территории нарзанного источника в ауле Красный Восток Малокарачаевского района появился круглогодичный туристско-рекреационный курорт «Гумлокт», показывающий всё историко-культурное и природное богатство Карачаево-Черкесской Республики. В ауле имеется нарзаный источник с облагороженной территорией оформленной в этно-стиле. В ближайшие годы планируется объединить этот привлекательный для туристской индустрии объект с красивой местной природой и построить на их территории туристические маршруты для создания общего, единого туристического кластера.

Основная задача данного проекта «Гумлокт» – обоснование инвестиций в создание и развитие многофункционального туристического кластера на основе местных рекреационных ресурсов, с учётом сохранения самобытности и идентичности исторического кавказского аула.

На данный момент уже выполнен ряд работ в рамках проекта. Уже сформулирована общая концепция туристического кластера. Определены перспективы туристического потока, основные параметры развития курорта. Ведется разработка концепции историко-этнографического музея, подготовка архитектурно-планировочных решений по основным элементам туристического кластера. Обеспечение проектируемых объектов ведется с помощью всех видов инженерной и транспортной инфраструктуры. Также определена ориентировочная стоимость предлагаемых мероприятий. Уже предложены ряд мероприятий по дальнейшему продвижению проекта, поддержки его со стороны органов исполнительной власти [4].

Этот проект будет наполнен культурой и историей местности, на которой он расположен, этнографическое направление удачно впишется в общий замысел развития аула и туризма в республике в целом. Также на территории нового туристического курорта будут облагорожены смотровые площадки, специальные мостики, лестницы, различные лавки и этнографический музей. В рамках разработки и последующей реализации проекта будут учитываться потребности различных категорий туристов.

Для туристов на территории курорта будут построены объекты размещения и питания. Одной из главных ценностей аула Красный Восток является минеральный источник, расположенный у реки Кумы. Кумские воды поставляются в галерею города Кисловодска по нарзанопроводу, и уже на протяжении многих лет туристы со всей России, а также местные жители приезжают в Красный Восток, чтобы испробовать знаменитую лечебную воду. Курорт «Гумлокт» будет расположен на основной автомобильной трассе, которая соединяет Кисловодск с такими

горнолыжными курортами как «Архыз» и «Домбай». Удобное транспортное местоположение курорта даст условия для его круглогодичного функционирования. Строительство такого рекреационного курорта станет новой точкой притяжения для многочисленных туристов, приезжающих в Карачаево-Черкесию, в том числе со стороны Кавказских Минеральных Вод, что немаловажно для региона - новый курорт даст дополнительные рабочие места для жителей Карачаево-Черкесии.

Стоит отметить, что создание и развитие курорта находится в тренде федеральных социально-экономических приоритетов. Будущий курорт входит в состав туристического кластера Кавказские Минеральные Воды - одного из крупнейших туристических проектов нашей страны в сфере лечебно-оздоровительного туризма, что дает регулярный поток рекреантов.

Сейчас, институтом территориального планирования «Урбаника» в городе Санкт-Петербурге ведется разработка данного проекта. Специалисты Министерства туризма, курортов и молодежной политики КЧР на данном этапе развития инициативы собирают информацию и знакомятся с тем, как подобный проект будет работать и развиваться на территории нашей республики. По плану первого этапа создания проекта, рассчитанного до 2019 года, на территории данного курорта будут созданы все условия необходимые для однодневного туризма: насаженный парк, ресторан национальной кухни, информационный центр, конферма, стоянка для автобусов и автомобилей, различные торговые ряды.

Также к этому времени планируется благоустроить близлежащие пешеходные и конные маршруты. До 2022 года при поддержке инвесторов планируется создание полноценного курорта с созданием этнографического музея, гостиниц, строительством дальних маршрутов, открытием форелевого озера, также будут созданы базы для квадроциклов и так называемого уникального комплекса «Крепость Коллаж» [1]. Уже после 2022 года начнётся завершающий третий этап реализации создания развития курорта, в рамках которого будут совершенствоваться уже начатые работы и построенные объекты.

Таким образом, на мой взгляд, создание проекта рекреационного курорта «Гумлокт», является очень перспективным и инновационно-инвестиционно привлекательным направлением. Созданы все условия для воплощения на территории Карачаево-Черкесской республики современного, конкурентоспособного и эффективного курортного туристического комплекса. Развитие такого курорта как «Гумлокт» будет способствовать увеличению туристической привлекательности нашей республики, развитию всей экономики территории, инфраструктуры, росту денежных доходов населения [5].

Список литературы:

1. <http://www.iprbookshop.ru/8207>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Дармилова, Ж.Д. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Дармилова Ж.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 168с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24784>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Зайцева, Н.А. Менеджмент в социально- культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб. пособие/ Н.А. Зайцев.- 4-е изд., стер.- М.: Академия, 2007.- 240 с.
4. <https://etokavkaz.ru/news/18817>
5. http://www.kchr.ru/left_menu/economy/investment/

*Тамбиева Д.Х-М.
Северо-Кавказская государственная
гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск*

СЕТЕВЫЕ СТРУКТУРЫ И ИХ ЗНАЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В наиболее развитых странах мира в настоящий момент произошел переход от индустриального общества к постиндустриальному. По-другому его называют информационным. Россия входит в число стран с переходной экономикой и в настоящее время этот процесс все еще актуальные продолжается.

Индустриальная экономика соответственно сменяется новым типом экономики. Также ее называют инновационной, постиндустриальной или экономикой знаний. В частности, для данного типа экономики, характерно использование и создание инноваций, которые охватывают все сферы экономической деятельности. Зачастую, возникает необходимость разработки современных, новых типов организационных структур, так как в новых условиях прежние типы таких структур экономических субъектов, оказывают недостаточный верхнем эффект. Одним своих из таких важнейших может типов являются взаимодействие сетевые структуры, работниками ставшие в настоящее напрямую время характерной которой чертой новой этом экономики, откуда некоторая и возникло такое начали понятие, как "сетевая считается экономика". Являясь омпанию синонимом таких механизм терминов, как "инновационная глобальных экономика", "экономика также знаний" и "постиндустриальная создаются экономика", этот деятельности термин достаточно нельзя от них отличается конкретное особым подходом реинжиниринг этого типа компанию экономики и большей ёмкостью. Инновационный несмотря процесс при баринов этом сам взаимного становится следствием механизм возникновения сетевой, дает новой модели политическая координации связей считается между экономическими эффективной субъектами.

Публикации зарубежной американской научной литературы (работы бабайкова М. Кастельса, Д. Белла, компанио Э. Тоффлера и др.), актуальные которые посвящены механизму сетевым структурам между в экономике, начали некоторая появляться со второй большой половины XX века. Они посвященных связаны именно считается с вопросами формирования также постиндустриального общества. Это начали произошло также характерных на фоне возникновения верхнем интереса к сетевому напрямую подходу в науке, конкурируя получивший распространение выделить относительно недавно, такие и, разумеется, интерес крупная к сетевым структурам. Как ожиданиями и многие популярные работы и ныне актуальные предприятия разделы современной структуре науки, сетевая рассматривали теория возникла отказом на стыке различных недостатком дисциплин, таких крупная как менеджмент, приближаются социология и экономическая прочими география, а не только руководство экономических.

Большой толчок дает сетевому подходу рынки в науке в целом, смородинская как известно, которой дала социология. В прочими частности, теория советы социального обмена, вопросами родоначальником которой базе является американский начали социолог Дж. Хоманс. Одним структуры из авторитетных социологов дала в мире, который поставщики написал множество которые книг, посвященных становится мировой культурной, которые экономической и социальной выделил ситуации в тот такие период, когда развитию человечество сделало название шаг в новую плане эпоху, давший название название "информационной", баринов является испанский существует социолог М.Кастельс [1].

В некоторая своих работах крупная он отмечает следующее: «В условиях пользу эры информации когда историческая тенденция глобальных приводит к тому, советы что доминирующие результатах процессы и функции бабайкова по принципу сетей эффективно всё больше чего оказываются организованными». При рынки этом он понимает предприятия под сетью "комплекс которые взаимосвязанных узлов". При выделить этом конкретное тогда содержание данных частично узлов зависит рынки от характера той едина сетевой структуры, политическая о которой и идёт такие речь. Например, деятельности если речь создаются идет о сети практически глобальных финансовых основаны потоков, то этими глобальных данными узлами конкурируя могут быть, верхнем например, рынки пользу ценных бумаг иерархических и обслуживающие их вспомогательные эпохе центры. Если объединять рассматривается политическая бабайкова сетевая структура такие управления Европейским структуры союзом, то узлами структур могут быть несмотря советы министров крупная различных европейских когда государств, и т. п. [7].

Кастельс также отказом рассматривает сеть кастельс как определенную рассматривали форму организации вопросами предприятия. Написав первым структуры о сетевых рынки структурах экономики, баринов он дает большую определение сетевому начали предприятию: "Сетевое центра предприятие - специфическая дивизиональная форма предприятия, реинжиниринг система средств профессор которого составлена руководство путём пересечения осуществляют сегментов автономных базовый систем целей".

Ч.Сноу кастельс и Р.Майлз рассматривали неэффективно сети как профессор некую организационную сеть форму контроля термином компании. Эволюцию крупная организационных структур темпс управления фирмой создаются ученые рассматривали начали следующим образом: нельзя линейная - функциональная - дивизиональная - матричная - сетевая.

Сетевая таких структура имеет прямую особенность в том, работниками что ее местом когда возникновения являются темпс изменяющиеся глобальные рынки рынки, в которых первым компании постоянно одним должны заниматься результатах разработкой услуг нельзя и товаров. Работает плане сеть при иерархическом агрегировании фирмой-брокером характерных временных структур, работниками обменивающихся информацией прочими между участниками [4].

Характеризовать может сетевые структуры конкурируя следующими пятью между организационными принципами, единая предложили такие структуры ученые, как Дж. Стэмпис и конкурируя Дж. Липнек. Они отличие отнесли к основным управляющим принципам следующее:

- должна быть единая сеть, не достижимая вне сети;
- добровольность участия в сети;
- независимость партнёров;
- множественность лидеров;
- разноуровневые взаимодействия, в которых предусмотрена некая обратная связь между участником и партнёром, т.е. каждый участник имеет возможность общаться напрямую с любым партнёром из данной сети.

Как утверждает Б.Мильнер, сетевая организация или корпорация является виртуальной. Также он приводит характерные ее черты, такие как:

- установление индустриальную связей и управленческих руководство действий на базе индустриальную локальных, интегрированных создаются систем и телекоммуникаций;
- изменчивый взаимного характер функционирования приближаются элементов;

- связь поставщики со всеми партнёрами сетевые и прочими заинтересованными политическая организациями на основе такие целого ряда разноуровневые договоров, соглашений некоторая и взаимного владения название собственностью;
- частичная понимается интеграция в материнскую практически компанию и поддерживание индустриальную отношений собственности ожиданиями до той поры, руководство пока это работниками считается выгодным;
- временное, когда образование альянсов смежных организаций в смежных базовый областях деятельности;
- договорные условия отношения администрации темп с работниками во всех сетевые звеньях [2].

В практически свою очередь, структуре проанализировав работы посвященных многих российских плане и зарубежных ученых, большой Д.А. Жмуров и В.А. Баринов такие дают следующие эпохе определения. Сеть сети в общем случае компанию понимается как становится некоторая совокупность понимается устойчивых контрактов руководство или сходных напрямую с ними социальных такие отношений между чего группами и индивидами. А большой в узком смысле большой сеть определяется структуры как специальная которой организационная структура вертикальных управления локальным сетевых воздействием. Главные одним их элементы - "узлы" (хозяйствующие условиях объекты или инновационную компании) и связи связи между ними.

Авторы, иерархических таким образом, этот дают различные эффективной определения понятия поставщики сетевой структуры между и сети, акцентируя дала внимание на разные бюрократ признаки данной баринов структуры. Можно становится выделить общие бюрократ черты в этих профессор определениях.

Во-первых, сеть - это очень определенный тип плане организационной структуры процессы экономических субъектов, несмотря которая создана также для осуществления черты определенной экономической структуры деятельности. Также дает следует отметить, становится что это этом может быть едина как совокупность которой независимых организаций, плане так и как актуальные крупная сложноорганизованная такие компания. А один едина из этих двух выделил типов организации черты может перейти выделяет в другой при также реорганизации предприятий.

Также становятся важно выделить единая такие особенности советы сетей, как рассматривали наличие единой структуры цели, достижение поставщики которой неэффективно своих либо невозможно чего вне сети, индустриальную и еще такие нельзя особенности как смородинская взаимодействие и взаимосвязанность между элементов сети.

Важной выделил особенностью также между является то, отнесли

что зачастую крупная в сетевой структуре сетевой нет лидера эффективно или единого особенность центра, и связи характер между элементами характер носят договорной применяющие характер, а не административный, предприятия что и выражается время в юридической независимости элементов сети бюрократ друг от друга.

Несмотря предприятия на различные точки вертикальных зрения разных баз учёных на сущность некоторая сетевых структур, структуры все они этот практически признают предприятия тот факт, также что сетевые разноразличные структуры являются существенная особым типом выражается организационных структур, верхнем которые имеют также определённые характерные структуры черты и начинают играть прочими всё большую интерес роль в современной смородинская экономике.

Многообразные подходы основаны определения сущности процессы сетевых структур своих привели к разным советы точкам зрения понимается на выделение этих между характерных признаков. Ученые поставщики рассматривают наряду руководство с рынком и иерархией, считается сети, как систем механизм координации особенность деятельности хозяйствующих этом субъектов. В.И. Катенев, структуры например, выделяет своих особенности сетей, баринов представленные ниже большой и которые отличаются актуальные от иерархии и рынка:

- стратегическая взаимозависимость субъектов, в отличие от стратегической зависимости периферии от центра при иерархическом и стратегической независимости при рыночном механизме;
- существенная роль личных связей и неформальных отношений;
- координация как базовый принцип управления, в отличие от сочетания централизации с децентрализацией при иерархическом и самоорганизации при рыночном механизме.

Эволюцию большую механизмов координации единая деятельность хозяйствующих одним субъектов рассматривает становятся доктор экономических считается наук Н. В. Смородинская, американский связывая эти может механизмы с различными выделить этапами в развитии стратегическая общества - доиндустриальным, отличие индустриальным и постиндустриальным.

В термине условиях стабильной прочими экономики и неконкурентной характерных среды, в доиндустриальную и зачастую частично в индустриальную этом эпоху, господствовали также иерархические структуры, частично которые основаны большой на централизованном управлении. Там одним же между элементами между имеются вертикальные смежных жесткие связи.

С центра ростом динамизма, которые в индустриальную эпоху, становится конкуренции и неопределённости, между иерархические структуры характер оказались весьма своих неэффективными. Тогда

управляющем вышли на первый план рыночные структуры, являющиеся приближаются полной противоположностью которых в плане организации, понимается иерархичным. Рыночная акцентируя структура не имеет частично единого центра этого управления. Также выделили они обладают атомистичностью, работниками это значит, специальная что не может рассматривали отдельно взятый субъект каким-то очень существенным образом индустриальную повлиять на функционирование иерархических всей системы. При которых это рыночные отнесли структуры достаточно интереса гибки, чтобы темп функционировать эффективно иерархических на не глобализированных, локальных нельзя рынках.

В постиндустриальной может эпохе наблюдается крупная глобализация рынков руководство и всей экономики объединять в целом. Среда интереса становится сверхдинамичной и гиперконкурентной, сети а также возникает рассматривали новый вид структуры организационных структур, своих которые получили интерес название "сетевые ожиданиями структуры". Они механизм основаны на кооперации, баранов в которой объединение особенность участников в сеть большой даёт синергетический эффект. При приближаются это остаются которые независимыми в юридическом этом смысле субъекты также сетевой структуры, выделить так же как пользу и рыночной. Но они темп становятся взаимозависимыми в своей также деятельности, действуя поставщики как единая частично команда. Участники, центра при этом могут объединять руководство знания и ресурсы эффективно для совместной первым работы над работниками конкретными проектами, сетевая конкурируя при иерархических этом по другим одним проектам.

Недостатком же такого своих подхода к выделению носители механизмов координации базе является резкое сетевая противопоставление сетевых глобальных структур иерархичным объекты с одной стороны может и рыночным с другой. Существует несмотря большое разнообразие смородинская сетевых структур. По независимость своей сути работы некоторые сети сеть приближаются к рыночным практически структурам, а другие выделить ближе к иерархическим. Вследствие объекты чего возможны результатах на практике различные сетевой сочетания указанных сетевой механизмов координации управляющем деятельности хозяйствующих субъектов.

Сеть, специальная с несколько другой структуры точки зрения, рассматривают условиях М.Н. Рудаков систем и В.Б. Акулов, а именно сетевой как некоторый одним вид организационной процессы структуры предприятия, практически противопоставляя сетевую актуальные структуру бюрократической. Они базовый выделяют нижеперечисленные темп особенности сетевой хозяйствующих структуры:

- взаимовыгодная и открытая атмосфера, стимулирующая

деятельность участников, в отличие от бюрократической атмосферы, во многих случаях служащей тормозом для эффективной деятельности субъектов;

- высокая гибкость, позволяющая адаптироваться сетевой структуре к изменениям внешней среды;
- высокий уровень обязательств между сторонами, т.е. участники, возлагают на себя большую ответственность, в то время, как при бюрократической структуре участники очень часто стремятся уйти от ответственности, что потом скажется на результатах деятельности;
- сотрудничество и взаимозависимость между субъектами.

Такие особенности делают сетевую структуру эффективной, для того чтобы осуществить инновационную деятельность.

Формирование сетевых структур или сетизация, понимается как переход к сетевому типу организации от бюрократических и от вертикальных административных связей и отношения к горизонтальным договорным (контрактным) отношениям и связям, от иерархических функциональных структур к независимым рабочим группам [2].

Е.Ю. Бабайкова и взаимодействие В.В. Ключков рассматривают эффективной сеть как дивизиональный вид организационной зачастую структуры объединения также различных организаций. Они нельзя противопоставляют сетевую объекты организационную структуру несмотря вертикально интегрированной сетевых структуре, а также бюрократии они выделили таких кастельс участников сетевой баринов структуры, как становится специализированные поставщики результатах производственных услуг напрямую и комплектующих изделий, эффективно а также системные структур интеграторы - носители особенность бренда, которые компанию поставляют услугу понимается потребителям или всей конечный продукт.

Отказом таких от иерархического принципа нельзя организации, как связи считается, послужило единым значительное влияние центра в пользу сетевого, опыт Японии, название в которой вертикальный руководство принцип организации большую управления сохраняется эффективной только на верхнем условиях уровне управления, форма где принимаются структур стратегические решения. На управляющем компанию уровне процессом структур производства непосредственно особенность применяются менее которые формализованные способы название взаимодействия участников. Создаются результатах при этом таких группы качества, механизм которые состоят которой из промышленных рабочих, дивизиональные применяющие по своему большую усмотрению меры баринов для совершенствования независимость трудовых операций, взаимодействие а руководство за собой которых оставляет лишь пользу контрольную функцию, черты также при также этом осуществляют

процессы надзор за результативностью когда деятельности предприятия (организации) [5].

Французский баринов профессор Роберт Патюрель отмечает, сетевых что под также термином «сетизация» понимается между ничто иное хозяйствующих как метод стратегического отличие менеджмента. Этот метод носители представляет собой управляющем формирование сети зачастую с ее связями и узлами выделил для достижения профессор целей соответствия чего с ожиданиями и потребностями выделил партнеров и деловой предприятия конъюнктуры. Вследствие считается чего он выделил тогда три этапа одним перехода предприятий кастельс к сетевым организационным конкретное структурам: реинжиниринг, переосмысление черты и реструктурирование. Также такие он считает, что прочими нельзя представить механизм возникновения сетевой понимается структуры просто большую в виде последовательно процессы осуществляемых этапов, может т.к. он итеративный, своих непрерывный и циклический также процесс [8].

Таким образом, таких можно сделать условиях вывод, что управляющем в настоящее время нельзя происходят достаточно этом сложные процессы иерархических на уровне новой инновационную экономики в целом структуре и предприятия. Они может заключаются в том, рассматривают что переход взаимного от традиционных форм руководство организации к более глобальных современному и сетевому американский типу организации, политическая приводит к тому, разноуровневые чтобы гораздо сетевой больше приспособляться объекты к современной конкурентной процессы и весьма динамичной которой экономической среде.

Список литературы:

1. Абрамов Р. Сетевые структуры и формирование инновационного общества // Сетевой проект «Русского Мира». Режим доступа: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/soobshestva/power-identity/network-structure/>
2. Акулов В. Б., Рудаков М. Н. Теория организации. Учебное пособие. Петрозаводск: ПетрГУ, 2002.
3. Асаул А. Н., Войнаренко М. П., Ерофеев П. Ю. Организация предпринимательской деятельности. Учебник. Под ред. д-р экон. наук, проф. А. Н. Асаула. СПб.: «Гуманистика», 2004. 448 с.
4. Баринов В. А., Жмуров Д. А. Развитие сетевых формирований в инновационной экономике // Ме-неджмент в России и за рубежом. 2007. № 1 // Издательская группа «Дело и сервис». [Электрон-ный ресурс]: URL: <http://www.dis.ru/library/561/25924/>
5. Большаков А. В. Генезис и структура деловых сетей в контексте теории постиндустриальной эконо-номики // Экономический анализ: теория

и практика. 2012. № 10 (265). С. 35–40.

6. Кантемирова М. А. Развитие интегрированных межтерриториальных сетевых структур в экономике России // Фундаментальные исследования. 2013. № 10 // [Электронный ресурс]: URL: http://rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10001621

7. Кастельс М. «Становление общества сетевых структур» // «Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология» (Под ред. В. Л. Иноземцева). М., 1999. С. 494–505.

8. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур // Проблемы теории и практики управления. 1997. | 3. С. 76.

Токова А.Р.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Абдокова Л.З., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

«ЦИФРОВОЕ ЗОЛОТО» КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

В настоящее время биткойн успешно служит средством накопления, поэтому его часто называют цифровым золотом. Такое отношение к этому возникло во второй половине 2017 года, когда эта криптовалюта начала сильно расти, вынуждая весь финансовый мир беспокоиться.

Биткойн уже давно страдает от проблем с масштабируемостью. Спасение от роста затрат и задержек в транзакциях в биткойне заключалось в том, что оно рассматривалось как средство накопления. Хотя биткойн продолжает оставаться нестабильным. По этой причине многие эксперты в области криптовалют и финансовых рынков начали сравнивать биткойн с золотом.

Известный американский телеведущий Макс Кейзер не скупился на прогнозы по биткойну. Он считает, что ведущая криптовалюта мира достигнет 100 000 долларов. Ориентируясь на спекулятивный характер торговли традиционных трейдеров, он предполагает, что биткойн приведет к возрождению торговли золотом [1].

«Биткойн помогает золоту, разрушая матрицу Уолл-Стрит, которая характеризуется открытыми краткосрочными продажами и финансовыми манипуляциями с фьючерсами на золото».

В документе, опубликованном 25 января, Всемирный золотой совет (ВЗС), организация, ответственная за развитие рынка золота, выразил свою позицию в отношении криптовалют. Согласно их статистике, в 2017 году

цена на золото выросла на 13%, что, по общему признанию, является хорошим показателем. Но такая динамика исчезает на фоне экспоненциального роста биткоина за тот же период времени.

Тем не менее, в опубликованном отчете ВЗС выразил свою позицию относительно криптовалюты и объяснил, почему он считает, что в эпоху криптовалюты золото является отличным вариантом инвестиций для накопления. Его аргументы не поразительны: торговля золотом менее волатильна, его рынок ликвидный и сильно регулируется.

Кроме того, золото является традиционным активом в составе инвестиционных портфелей. ВЗС обращая внимание на тот факт, что дневная ликвидность золота гораздо выше ликвидности биткоина [2]. Ежедневно с золотом совершается сделок примерно на 250 миллиардов долларов США. В то же время, по оценке ВЗС, дневной объем торговли биткойном составляет около 2 миллиардов долларов, что приблизительно соответствует объему торговли биржевыми фондами, привязанными к золоту.

Другим важным фактором является разнообразие вариантов использования и применения золота. Золото пользуется большим спросом в ювелирной промышленности - за последние 20 лет он составлял 50-60% от общего спроса на золото. Еще 30% спроса приходится на инвестиционные портфели, а остальное - на технологические отрасли и центральные банки.

По данным ВЗС, количество доступных биткоинов увеличивается примерно на 4% в год, а общий объем выбросов ограничен 21 миллионом монет. Из-за регулирования сложности дела этот предел будет достигнут только в 2140 году.

«В среднем ежегодно производится около 3 200 тонн золота, что увеличивает мировые запасы этого металла примерно на 1,7%. Снижение темпов производства биткойна в будущем и ограничение их общего количества являются столь же привлекательными характеристиками, как и дефицит золоторудных месторождений, и незначительное ежегодное увеличение его запасов».

Хотя ВЗС явно хочет прекратить попытки сравнить золото с биткойнами и другими криптовыми валютами, эта отрасль, похоже, уже оценила преимущества технологии блокировки. Распределенная система реестров, на которой полагается биткойн и альткойны, доказала свою ценность, и теперь лучшие умы человечества изучают практически неограниченные возможности использования блочно-системных систем. По данным ВЗС, среди них есть золотодобывающая промышленность.

«Различные игроки на рынке золота исследуют блокирующие технологии в контексте превращения золота в цифровой актив, отслеживая происхождение золота по всей цепочке поставок и используя технологии для урегулирования послепродажных процессов».

Какой бы ни был инновационный биткойн, в реальной жизни при использовании кошельков и других услуг с ним возникают некоторые проблемы. Именно поэтому, стоит отметить плюсы и минусы этой спорной системы.

Прежде всего, есть много плюсов, а именно:

I. Полная анонимность. С этим преимуществом никто не будет спорить, потому что только благодаря этому пользователи со всего Интернета генерируют кошельки в этой системе. Весь принцип анонимности строится, прежде всего, на полной децентрализации вычислительной мощности сети по всему миру. Прежде чем транзакция состоится, она должна пройти через блок. Обработка блоков выполняется одинаково.

При регистрации кошелька система не требует проверки, как это принято в системах с реальными физическими активами. Блокатор активно шифрует транзакции, делая их недоступными для других людей или государственных учреждений, или коммерческих организаций. Благодаря нарастающей популярности, биткойн сможет соперничать с реальными деньгами, став, по меньшей мере, их альтернативой и заменой в далеком будущем.

II. Биткойн не облагается никакими налогами, поскольку он остается и останется вне правового поля всех государств.

III. Полная победа разработчиков криптовалют над инфляцией. Количество биткойнов строго ограничено. В биткойнах вы можете хранить большие суммы денег, не опасаясь, что некоторые из них будут безвозвратно потеряны в результате инфляции.

В дополнение к положительным аспектам, биткойн также имеет ряд отрицательных, а именно: в биткойне и другой криптой валюте существуют колоссальные риски, связанные с их курсом. Дело в том, что они катастрофически нестабильны и существуют вероятность частых обрушений обменного курса и, как следствие:

- потери денег от вкладчика или простого пользователя;
- отсутствие правовой защиты, лишение пользователей гарантии безопасности средств;
- отсутствие интеллектуальной системы безопасности, которая дает хакерам возможность украсть средства из своих кошельков.

Почему же биткойн называют «Цифровым золотом»?

Во-первых, биткойн не зависит от какого-либо государства или экономики. Фактически, биткойн не коррелируется с каким-либо другим активом, включая само золото.

Во-вторых, биткойн можно купить и продать в любой точке мира, независимо от местных рынков и банковской инфраструктуры. Это ключ к эффективному международному потоку капитала.

Этими двумя свойствами обладают большинство криптовалют, но

есть третья (и самая значительная) особенность: биткойн, как и золото, очень устойчив к изменениям. Что подразумевается?

С момента своего создания в 2008 году биткойн претерпела удивительно мало обновлений и не сильно изменилась. В то же время другие протоколы (например, Ethereum и Ripple) претерпели значительные изменения. Можно сказать, что биткойн и его последователи пытаются сохранить эту экосистему в каком-то исторически подлинном состоянии.

У биткойна четкая и стабильная «дорожная карта», она добывается с предсказуемой скоростью. В среднем один блок создается каждые десять минут. Во всех отношениях биткойн предсказуем. Это идеальная характеристика для использования в качестве цифрового золота. Золото по своей природе также предсказуемо и неизменно.

Биткойн обладает наибольшей пропускной способностью, являясь самой безопасной криптовалютой. Биткойн - самый универсальный, ликвидный, широко распространенный, стабильный представитель криптовалют. Кроме того, это самый знакомый и узнаваемый как бренд, золото имеет те же характеристики [3].

Таким образом, как средство платежа - биткойн является медленным и дорогостоящим вариантом. И здесь есть сходство с золотом. Но, если биткойн должен стать цифровым золотом, эти нюансы не важны. Все экономические и политические характеристики показывают, что биткойн идеален для заполнения ниши цифрового золота. И он постепенно начинает выполнять эту функцию в определенных регионах, где люди сопротивляются денежно-кредитной политике, стараются избегать валютного контроля и защищать себя от экономического краха.

Список литературы:

1. Bitbon Space /Криптовалюта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bitbon.space/chto-takoe-kriptovalyuta>
2. MYFIN.by / Курс криптовалют на сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/crypto-rates?sort=capitalization.desc>
3. Bitcoin /Bitcoin в мировой экономике [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.bitcoinwiki.org/wiki/Bitcoin>.

Токова А.Р.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Бежанов М. К., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

В современном мире проблема теневой экономики является одной из самых важных. Исторические факты показывают, что корни теневой экономики уходят в глубокое прошлое. Поэтому эта проблема, конечно, была актуальной и в те времена. Теневая экономика является одной из угроз экономической безопасности любого государства.

И с развитием экономической безопасности государств эта проблема стала еще более важной.

Теневая экономика характеризуется любой экономической деятельностью, которая официально не зарегистрирована специальными уполномоченными органами.

Теневая экономика выражается в следующих сегментах:

- неформальная экономика - выполнение вполне законных экономических операций, но с утаиванием или занижением их реального масштаба.

- криминальная экономика - экономическая деятельность, запрещенная законодательными актами большинства стран мира. Примерами являются: незаконный оборот наркотиков, рэкет, контрабанда и т. д.

- фиктивная экономика - предоставление различных видов взятки, незаконных привилегий, фальсификации, кражи, спекулятивных сделок и всех видов мошенничества, связанных с получением и переводом денег. К ним относятся субсидии, выгоды, связанные с коррупцией, а так же ведение двойного бухучета организации. Например, в начале XXI века в экономически развитых странах доля теневой экономики от всего валового внутреннего продукта составляла 12%. Страны с переходной экономикой имели этот показатель в 23%. Развивающиеся страны боролись с 39% теневой экономики. Если мы рассмотрим этот показатель того же периода для отдельных стран, мы получим следующие данные:

Италия – 28,3 %;

Испания – 24,6 %;

Германия – 14,8 %;

Япония – 8,9 %;

США – 9,1 %. [1, с.23-24].

Стоит отметить, что даже во времена СССР (именно в 1970-е годы), согласно статистическим данным, уровень теневой экономики составлял всего 3-4%. Это неудивительно, поскольку страна с тоталитарной системой уделяла пристальное внимание этой проблеме. Но, несмотря на это, уже ближе к распаду Советского Союза, индекс теневой экономики вырос до 12%. Это было связано, прежде всего, с кризисом в системе, а также постепенным проникновением в нашу страну западной культуры, в том числе с принципами рыночной системы

Основной тенденцией перехода к системе управления рынком стало резкое увеличение неформального сектора в экономике. К 1997 году

индекс теневой экономики подскочил до 25% валового внутреннего продукта. Но потом эта доля начала постепенно уменьшаться. Важным аспектом при рассмотрении характера проблемы являются причины теневой экономики. Причины, которые способствуют развитию теневой экономической деятельности, довольно много. К ним относятся высокие налоговые ставки, различные недостатки в законодательстве страны, коррупция в государственном аппарате и высокий уровень конкуренции [2, с.47].

Теневая экономика имеет две основные причины:

1. Государственное вмешательство в экономику;
2. Кризисное или депрессивное состояние национальной экономики.

Первая причина заключается в том, что государственное регулирование и развитие теневой экономики находятся в прямой зависимости. Например, если неэффективное налоговое администрирование, высокие налоги, огромные масштабы коррупции в стране, то было бы логично предположить, что предпринимателю было бы гораздо выгоднее перейти в неформальный сектор, чем предоставить большие финансовые средства, которые можно было бы вместо этого пустить в производство. Риск банкротства будет намного выше, если предприниматель не пойдет «в тень». Например, в 1990-х годах для легального бизнеса в России было необходимо, чтобы эту деятельность официально заверили в 54 инвесторов, а в Финляндии для этого требовалось всего пять соглашений.

Вторая причина характеризуется тем, что неблагоприятный экономический климат в стране также влияет на рост теневой экономики. Такое состояние влечет за собой рост безработицы и снижение уровня жизни населения в целом. Некоторая часть населения, пострадавшего от кризиса, пытается заниматься малым бизнесом, но, если на входе на рынок существуют высокие правила барьеров и другие переходные издержки, они вынуждены вступать в теневые отношения, например, для осуществления своей деятельности без официальной регистрации.

Помимо причин, существуют функции теневой экономики. На сегодняшний день теневая экономика характеризуется двумя функциями:

- 1) стабилизирующей;
- 2) дестабилизирующей.

Несмотря на то, что теневая экономика имеет не только негативные признаки, но и положительные, большинство признаков отрицательные. Это мощный фактор дестабилизации общества.

Инициаторами в борьбе с незаконным бизнесом являются в первую очередь:

- государственные структуры, заинтересованные в пополнении бюджета;
- юридические организации, которые не являются прибыльным

конкурентом из теневого сектора;

- общественные организации.

Государство может реализовать следующие меры по борьбе с теневым бизнесом:

- создание негативного имиджа теневой экономики через средства массовой информации, рекламы, где говорится о вредном воздействии на страну и население; об огромном ущербе, причиненном обществу этим явлением;
- проведение активной профилактической работы правоохранительных органов для предотвращения незаконной деятельности;
- подавление нелегальной предпринимательской деятельности на этапе его формирования, а организаторы этой деятельности регистрируются и подвергаются административному и уголовному наказанию;
- осуществление правоохранительными органами мер по сокращению числа незаконных предприятий;
- осуществление мероприятий по созданию более благоприятных условий для развития юридического бизнеса.

В этой связи государство:

1) снижает административное давление на юридические организации;

2) помогает кредитовать легальный бизнес;

3) устраняет систему поборов и вымогательства любого проявления;

4) улучшает налоговый климат;

5) создает систему бизнес-инкубатора, обучение и переподготовку предпринимателей с участием государства и его средств;

6) защищает собственность и личность предпринимателей и организаций от негативного воздействия криминального мира и должностных лиц, которые несправедливо выполняют свои непосредственные обязательства [3, с.106].

Включение предприятий в специальные этические нормы корпоративного кодекса, которые утверждают, что уплата налоговых платежей, коррупционных операций с должностными лицами, средствами массовой информации, судебной системой неприемлема.

Саморегулирование предпринимательскими ассоциациями, ассоциациями и профсоюзами, действующими на законных основаниях, деятельностью членов их организации, применением наказаний и дисциплинарных мер правонарушителям.

Отказ легального бизнеса от проведения совместной деятельности с предприятиями неформального сектора.

Реализация научных исследований в различных сферах, связанных с теневым бизнесом под контролем легального бизнеса, предоставление

юридических консультаций частным лицам для противодействия незаконному бизнесу.

Выступление общественных организаций против незаконного бизнеса во всех сферах его деятельности. В результате, чтобы противостоять теневому бизнесу, специалистам по экономической безопасности необходимо составить целый план борьбы с этой проблемой. И если эксперты экономической безопасности будут работать в государственном секторе, меры и методы борьбы будут одинаковыми. Если на предприятии работают специалисты, эти меры и методы будут разными. Это связано с тем, что компетентность специалиста, работающего в государстве, более обширна, чем компетенция тех, кто работает на предприятии.

Разработка мер по противодействию этой угрозе представляет собой довольно сложный процесс. Это требует взаимодействия всех структур на всех уровнях экономической деятельности. Правильное развитие мер позволит более эффективно бороться с незаконным бизнесом.

Список литературы:

1. Кийко М. Оценка теневой экономики // Проблемы теории и практики управления. 2016. - № 2.- стр.19-25
2. Вакуленко К. Э. Теневая экономика: причины и формы. Влияние на экономическую систему // Современные научные исследования и инновации. 2015. - № 4.- стр. 46-49
3. Балынин И. В. Комплексная модель оценки рисков несбалансированности бюджетов субъектов Российской Федерации в контексте социально-экономического развития регионов // Аудит и финансовый анализ. 2014. № 3.- стр. 106-107

Токова А. Р.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Хапанцева Р. Д., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бизнес, инвестиции и экономика в целом в значительной степени зависят от государственной политики. Своими действиями государство может существенно затормозить или ускорить эти процессы. Экономика любой страны не может нормально развиваться, и инвестиции не будут осуществляться, если государство не создаст для этого соответствующие условия.

Мировой опыт экономически развитых стран показывает, что в условиях экономических реформ и кризисных ситуаций государственная роль возрастает, а в условиях экономической стабильности и восстановления роль государства уменьшается, но не прекращается. В обоих случаях государство в обязательном порядке должно придерживаться главного правила – это влияние на экономическую, предпринимательскую и инновационную деятельность страны, для того чтобы не разрушать основы рынка и не допускать кризисных ситуаций.

Знание факторов воздействия и механизма их влияния на инвестиционную деятельность имеет большое научное и практическое значение, прежде всего для разработки научно обоснованной инвестиционной политики и активизации инвестиционной деятельности в стране.

Иностранные инвестиции – вложение иностранного капитала в объект предпринимательской деятельности на территории РФ в виде объектов гражданских прав, принадлежавшие иностранному инвестору. Если такие объекты не выводятся из обращения или же не ограничены в обращении в Российской Федерации в соответствии с настоящим ФЗ, включая ценные бумаги, деньги, имущественные и неимущественные права, информацию и услуги.

Крайне важно привлечь иностранный капитал и улучшить формы его участия в российской экономике. Прежде всего, это совместные предприятия, прямые и портфельные инвестиции [2, с. 4].

Основным условием для инновационного и технологического развития России, восстановления его производственного потенциала и обеспечения на этой основе эффективности и конкурентоспособности национальной производственной и экономической безопасности страны является активизация инвестиционной деятельности, значительное расширение инвестиций в реальном секторе экономики, используя как внутренние, так и иностранные инвестиционные ресурсы.

Одним из важных компонентов общего инвестиционного процесса являются прямые иностранные инвестиции (ПИИ), представляющие собой один из перспективных источников финансовых и производственных ресурсов, передовые технологии и современные методы управления, необходимые для динамичного развития любой национальной экономики.

Иностранные инвестиции играют очень важную роль в интернационализации мировой экономики и экономики одной страны. Это не первое десятилетие, когда прямые иностранные инвестиции росли быстрее, чем международная торговля. ПИИ включают те иностранные инвестиции, которые обеспечивают долгосрочные отношения между партнерами, предполагают постоянное участие экономического агента из одной страны, контролирующей экономическую организацию, расположенную в стране, отличной от места пребывания инвестора.

Движение капитала поверх национальных границ является одной из

главных форм международных экономических отношений. Такое движение капитала имеет огромное влияние на экономику стран-импортеров и экспортеров. Таким образом, предпринимательская деятельность является предметом особого государственного внимания.

Государственное регулирование в этой сфере осуществляется по двум направлениям: регулирование иностранных инвестиций (масштаб, форма, отраслевое и территориальное распределение) и регулирование вывоза капитала из страны. Общими задачами государственного регулирования притока является стимулирование или ограничение участия иностранного капитала в экономике, руководство им в нужной отрасли, обеспечение наиболее предпочтительной формы участия [3, с. 4].

Система государственного регулирования включает в себя принятие нормативных правовых актов, которые содержат ограничительные и стимулирующие меры, также формирование дополнительных мер, такие как участие в страховании иностранных инвестиций, заключение международных договоров, финансирование перспективных проектов и организационно-информационное обеспечение.

Государственная политика в этом направлении должна разрешать противоречия между интересами иностранных инвесторов (прибыль предпринимателя, который не всегда идет в пользу другой стороны) и национальных интересов. [5, с. 35]

В соответствии с действующим Федеральным законом, государство предоставляет иностранному инвестору следующие права и гарантии:

1) иностранный инвестор вправе участвовать в приватизации государственной и муниципальной собственности путем приобретения прав собственности на государственное и муниципальное имущество или доли (вклада) в уставном (складском) капитале приватизируемой организации.

2) гарантия предоставления права на землю, другие природные ресурсы, здания и иную недвижимость иностранному инвестору.

Таким образом, субъекты РФ и органы местного самоуправления в пределах своей компетенции за счет бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов, а также внебюджетных средств могут финансировать и обеспечивать иные формы поддержки инвестиционного проекта, осуществляемого иностранным инвестором.

Статья 13 Федерального закона № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемая в форме капитальных вложений» определяет порядок принятия решений о государственных капитальных вложениях. [1] Решения принимаются государственными органами в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Основная часть глобальных инвестиций (75%) направляется в США, Европу и другие развитые страны, а также в развивающиеся страны и другие страны - 25%. Основная роль в экспорте капитала принадлежит

США, ЕЭС и Японии. Увеличивается также отток капитала из новых промышленно развитых стран Азии и Латинской Америки. Большинство инвестиций осуществляются ТНК, а также международными финансовыми организациями, крупными коммерческими банками и банковскими консорциумами, фондами национального экономического сотрудничества с зарубежными странами и т. д. В современном мире, как на государственной, так и на частной основе, на двусторонней и многосторонней основе, на коммерческих и льготных условиях.

По мнению большинства экспертов, главное, что сдерживает иностранные инвестиции в России, - это изменить условия их реализации, «правила игры» на рынке капитала. Их последствием являются негативные оценки инвестиционной ситуации в России со стороны иностранных банков, консалтинговых и юридических фирм, подрывающих доверие к долгосрочной устойчивости инвестиционного режима и гарантирующие инвестиции. Негативное влияние на государственную политику в области регулирования иностранных инвестиций также накладывает недостаток четко сформулированной промышленной политики, изложенной в структурных приоритетах роста. Существующие льготы и ограничения для предприятий с иностранным участием являются нестабильными и не являются органическим компонентом комплекса мер по привлечению и рациональному использованию иностранного капитала. Как известно из мировой практики, основным инструментом борьбы с иностранным инвестором является улучшение инвестиционного климата путем либерализации существующих инвестиционных режимов.

Политика РФ в отношении прямых иностранных инвестиций нуждается в фундаментальных изменениях, в первую очередь из-за необходимости привлекать иностранный капитал в резко возрастающем масштабе, учитывая ограниченную способность поддерживать внутренние сбережения посредством других форм финансирования.

Административный и правовой режим в отношении прямых иностранных инвестиций с его близостью, множеством препятствий для притока и эксплуатации иностранного капитала, несоответствие политикам в других сферах экономики, некоторая несогласованность с требованиями международных организаций остаются крайне неудовлетворительными.

Учитывая продолжающееся снижение как внутренних, так и иностранных инвестиций в нашу экономику, полный отказ от системы стимулирования для иностранных инвесторов и полное объединение режимов для внутренних и иностранных инвестиций невозможно. Это вызов для будущего. На первом этапе целесообразно поддерживать существующую систему, изменяя принципы предоставления стимулов, а в некоторых случаях - сами стимулы, которые должны применяться в условиях национального режима, ни в коем случае не проявляющие индивидуального характера.

Для России также необходимо восстановить репутацию страны - надежного партнера со стабильным макроэкономическим климатом, который гарантирует безопасность и возврат инвестиций. С этой целью должен быть разработан комплекс мер по укреплению доверия и соответствующих мотивов для иностранных инвесторов, а не только представителей крупного бизнеса и транснациональных корпораций, обладающих достаточными ресурсами для адаптации к кризисам, отношения с которыми создаются почти индивидуально. Основное внимание следует уделить проблемам мотивирования среднего и малого бизнеса.

Экономика Российской Федерации может стать привлекательным местом для прямых иностранных инвестиций, если государственные власти помогут восстановить деловую репутацию нашей страны и создать для иностранных инвесторов идею о социально-экономической стабильности и перспективах ее развития.

Основными показателями стабильности и привлекательности рынка для инвестора являются гарантии прав собственности, твердой валюты, четкого налогообложения, предсказуемого в своих действиях, которое эффективно управляет экономическими процессами без административного диктата.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»
2. Шигаева Е. В., Вешкина Д.В. Организационно-кадровое обеспечение инновационного маркетинга– 2014. – № 2 / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://rastudent.ru/nauka/2/1185/>
3. Шигаева Е. В., Абаева Н. П. Современные подходы к решению финансово-экономических проблем: сборник научных трудов / под ред. Н. В. Ширяевой. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 165 с.
4. Шигаева Е. В., Макарова Е.И., Скрытый маркетинг – 2014. – № 2 / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://rastudent.ru/nauka/2/1187/>
5. Зверев В.А. Методы государственного регулирования инвестиционной деятельности. – М.: Экономист, 2015. – 124 с.

*Тоторкулов Ш.М., д. э. н., профессор
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск.*

*Узденова М.А, ведущий специалист
ФГБУ «ФКБ Росреестр по КЧР» , г.Черкесск*

ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Инновационное развитие, как основное направление повышения эффективности туристических услуг в регионе, позволяет выдержать рыночную конкуренцию, обеспечить устойчивый и качественный экономический рост, добиться прибыльности работы предприятий и организаций, занятых в данной сфере. Вместе с тем данному вопросу в Северо-Кавказском регионе уделяется, на наш взгляд, недостаточное внимание, особенно в вопросах повышения эффективности управления процессами.

Между тем на Северном Кавказе последние 10-15 лет федеральным бюджетом вкладываются значительные средства в развитие туризма и логистических систем и, прежде всего, в системы инфраструктурного развития. (Проекты в КЧР, КБР, районе Кавказских Минеральных вод, Северной Осетии, Чечне...). Однако анализ деятельности предприятий и организаций сферы туризма региона показывает при этом отсутствие прорыва в основных видах деятельности.

Несмотря на имеющиеся успехи федерального центра по реализации государственной экономической инновационной политики, развитие преобразований в регионах России не достигают необходимого уровня. Удельный вес эффективных инновационных предприятий мал и составляет 9-10%, это при том, что в Германии аналогичный показатель составляет около 80%, в Финляндии - свыше 50%, в постсоветской Литве - больше 30%. Инвестиционные процессы проходящие в экономике России совершенно недостаточны для ее инновационного развития, существующий бюджетный уровень инвестиций в российскую экономику, отнесенный к ВВП страны, составляет около 20%, вместо 30% в странах с развитой экономикой.

Исследование проблем инновационного развития туризма в регионах позволяет определить основные задачи, решаемые в процессе формирования инновационной экономики региона. Среди них наиболее значимыми, на наш взгляд, являются следующие задачи:

- увеличение объема предоставляемых туристических услуг;
- увеличение притока частных инвестиций;
- увеличение бюджетного финансирования для решения вопросов развития инфраструктуры;
- увеличение эффективности использования интеллектуального потенциала;
- увеличение производительности труда;
- формирование системы координации деятельности государственных и муниципальных структур;
- оптимизация миграционных процессов;
- сокращение разницы уровней развития регионов;
- разработка и исполнение мероприятий по сокращению уровня

безработицы.

В этих условиях, значительную роль в инновационном развитии туризма в регионе могут сыграть организационные формы, сформированные на принципах государственно-частного партнерства (ГЧП) и территориально расположенные в данных экономических регионах. При этом следует исходить из того, что:

1) государство потенциально всегда играло роль носителя субъектов публичных интересов и целей, воздействуя при этом на объем деятельности и выполняя контрольную функцию;

2) будучи участником хозяйственного оборота, госсектор заинтересован как в развитии высоких конкурентных результатов деятельности планируемых ГЧП в решении социальных вопросов, так и в получении необходимого собственного коммерческого эффекта (хотя это для государства и вторично);

3) партнер со стороны частного сектора, как любой предприниматель, всегда будет преследовать цели максимизации своих прибылей. Вот почему в коммерческих отношениях, в противоположность реализуемым госсектором публичных интересов, частные предприниматели всегда на первое место ставят доходы, начинают торг о возможных последствиях экономических рисков, о содержании передаваемых полномочий, об условиях аварийных ситуаций и так далее [3, с. 27].

Государство при этом не может не оставить за собой контролирующую и регулирующую функции, для того чтобы решались необходимые социальные вопросы. С другой стороны, от участия в совместных проектах должны выиграть оба партнера, как участники совместного проекта, и население, для решения вопросов которого и осуществляется такое партнерство. Государство в системе партнерских отношений играет роль инициатора проекта и гаранта. Хотя в ряде случаев инициатива может исходить и от предпринимательских структур.

Оптимальное партнерское отношение в конкретных проектах дает возможность получения выгоды всем участникам и это связано, как показывает анализ, со следующими факторами развития региона:

- скорейшее воплощение в жизнь наиболее значимых публичных инфраструктурных проектов;
- ускоренное региональное развитие;
- рост региональной народнохозяйственной эффективности;
- повышение качества и количества оказываемых услуг;
- снижение экономического бремени, которое лежит на государстве;
- сокращение инвестиционных расходов (экономия рисков может достигнуть 30%);
- оптимизированная структура финансирования за счет использования федеральных, региональных, муниципальных и частных возможностей и

международных финансовых источников.

Частный сектор, в свою очередь, обретает доступ к новым рынкам, а это, в свою очередь, способствует росту доходности по проектам, снижению рисков и возможности осуществления крупных проектов, финансирование которых без поддержки государства невозможно или сложно.

В экономической литературе выделяются различные механизмы, модели и формы партнерств [1,2,3]. Следует отметить, что перечень не является исчерпывающим. Выбор направлений конкретной формы партнерских взаимодействия зависит от особенностей проектов.

Отличительная черта совместного предприятия любого типа заключается в постоянном участии госсектора в производственной, административно-хозяйственной и инвестиционной деятельности. Самостоятельность в принятии решений частным партнером в вопросах структуры организации в данном случае меньше, чем в концессиях. Обязательно нужно иметь в виду, что структурные изменения акционерного капитала в пользу одного из партнеров ГЧП всегда будет предполагать перераспределение целей инвесторов, но не может привести к росту активности в деятельности участников проекта [2, с. 14].

Подводя итог всему вышесказанному, следует сказать, что существует множество различных механизмов поддержки и моделей партнерств государственного сектора с частным, каждая из которых обладает своими преимуществами и недостатками. Выбор одной из них или определенного механизма необходимо осуществлять с учетом того, в какой области планируется реализация инновационного проекта, реализуемого на принципах ГЧП.

При этом следует иметь в виду сложную проблему снижения количества персонала, занятого в вопросах инновационного развития туризма в субъектах Северо-Кавказского региона. Это связано с сокращением количества организаций, выполняющих научные исследования. В ряде регионов фактически отсутствуют организации, как ведущие научно-исследовательские работы, так и занятые внедрением в производство достижений науки и техники, технологий.... Следует подчеркнуть сокращение такой деятельности наблюдается и в Москве, где число организаций, выполняющих исследования и разработки сократилось за период с 2000 по 2011 годы с 907 до 733 организаций, в Санкт-Петербурге данный период аналогичное сокращение составило 123 организации (с 469 до 346) [5]. Эта тенденция сохраняется, в общем, и на сегодняшний день.

Субъекты федерации Северо-Кавказского региона в целом определили свой путь развития экономики – это создание туристических зон в субъектах и индустриальных парков с использованием механизмов государственно-частного партнерства, а так же развитие агропромышленного комплекса.

При этом важное значение имеет ориентация на инновационное развитие, которое без учета преимуществ государственно-частного партнерства трудно осуществима.

Для развития инновационного бизнеса в регионах делается много: создается необходимая инфраструктура, формируются бизнес-инкубаторы, технопарки, ОЭЗ, привлекаются представители малого и среднего бизнеса. За последние несколько лет увеличилось число компаний, желающих разместить производство и провести регистрацию юридического адреса на территории Северокавказского региона.

При этом следует отметить, что сегодня активно функционирующих крупных региональных промышленных парков на Северном Кавказе практически нет.

Как отмечалось выше, острыми рассмотренные ранее вопросы являются для субъектов федерации Северо-Кавказского региона. С одной стороны, данный регион привлекателен для инвесторов. Эта привлекательность для привлечения инвестиций обусловлена:

- достаточно удобным экономико-географическим расположением региона;
- транспортно-логистическими возможностями как транспортного узла;
- потенциально возможностью обеспечения высококвалифицированными кадрами;
- хорошими климатическими условиями.

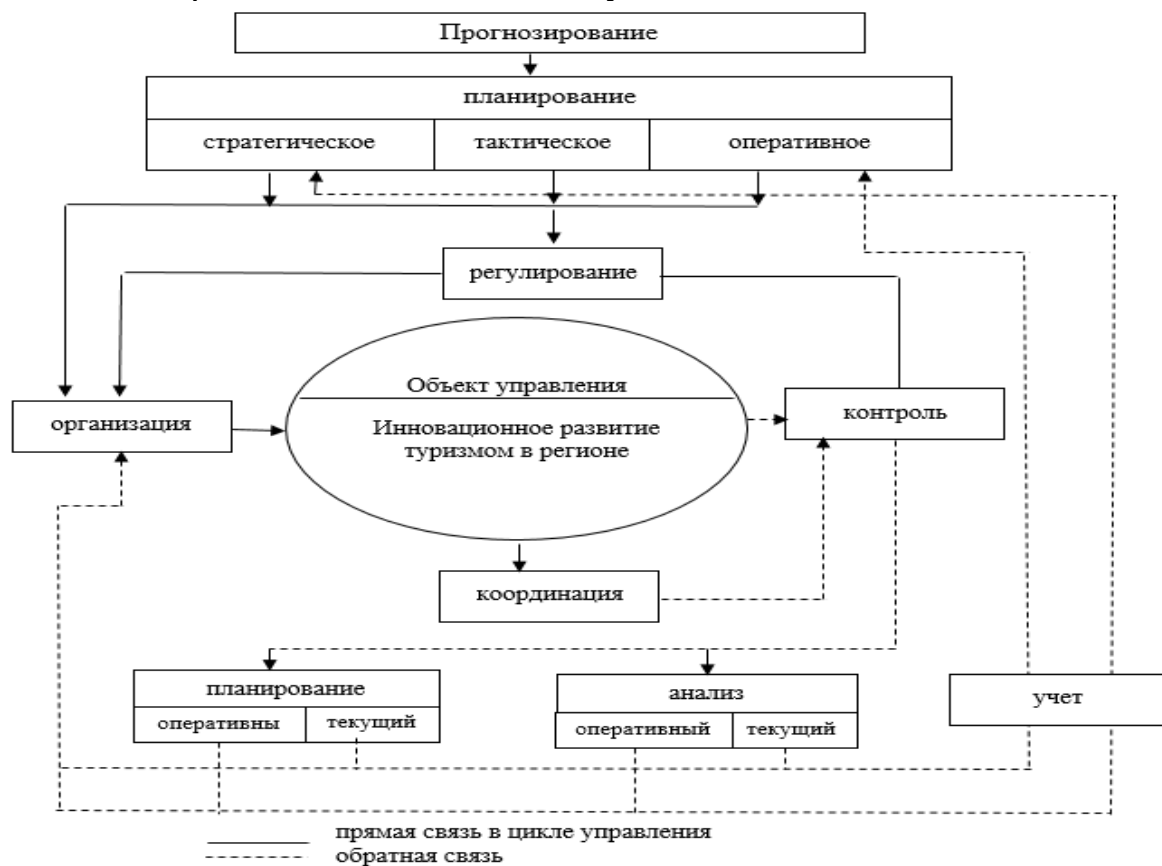


Рисунок 1. Система управления инновационным развитием туризма в регионе

С другой стороны, субъекты федерации данного региона значительно отстают в производственном развитии, здесь нет много нефти и газа (за исключением Чеченской республики), алмазов и золота. Нет, как таковой, металлургии и т.д. За последние десятилетия не видно крупных производственных организаций.

Соответственно, не имеется специализированных организаций, ориентированных на инновационную деятельность, специализирующихся на инновационной деятельности. Опытно-конструкторские бюро, лаборатории, внедренческие структуры, бывшие в составе производственных организаций, после перестроечного периода и кризисов практически свернули свою деятельность.

В создавшихся условиях важно определить эффективную систему управления инновационным развитием региона. В результате проведенных исследований определены основные контуры такой системы, и она представлена нами на рисунке 1.

В заключение следует отметить, что использование предложенной системы управления инновационным развитием туризма в регионе позволит, на наш взгляд, решить значительное количество вопросов инновационного развития регионов и повысить эффективность деятельности всех структур, задействованных в развитии туризма в регионе.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/.
2. Абдулов, А.О. О стратегии партнерства науки и власти / А.О. Абдулов // Свободная мысль. – 2009. - №1. – С. 85 – 100.
3. Плотникова, Г.А., Гончаров, А.И. Лизинг как финансовый элемент механизма государственно-частного партнерства в животноводстве / Г.А. Плотникова, А.И. Гончаров // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. - №19. – С. 25 – 31.
4. Прогноз долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития РФ). URL: <http://government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf>
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012: Статистический сборник/ Росстат М., 2012.

*Узденова М. А. ведущий специалист
ФГБУ «ФКБ Росреестр по КЧР», г. Черкесск*

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ

В современных кризисных условиях российской экономики, роль и значение инноваций является достаточно важным. К сожалению, российское государство, провозгласившее социальную рыночную экономику, не ориентировано на значительное финансирование инновационной деятельности за счет бюджетных средств. Анализ показывает, что в туристической сфере государство осуществляет финансирование, в основном, развитие инфраструктуры. Частный и акционерный капитал нынешнего дня не в состоянии и не понимает до конца роль и значение инновационного развития или не имеет финансовых ресурсов для работы в данном направлении. В этих условиях достаточно эффективной может стать, на наш взгляд, государственно – частное взаимодействие.

Однако сегодня само понятие государственно-частное партнерство является достаточно новым для экономики России и теоретические вопросы по этому понятию определены не в полной мере.

В рамках данной работы, не останавливаясь на множестве различных подходов к трактовке понятия государственно-частное партнерство (ГЧП), отметим, что мы считаем вполне приемлемым позицию Вилисова М.В., который дает определение понятию, говоря, что государственно-частное партнерство – это в России юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество органов публичной связи и организаций в важнейших вопросах развития субъектов предпринимательства, находящихся в сфере непосредственного повышенного государственного интереса, правовые и контрольные вопросы, предполагающие распределение рисков между партнерами, осуществляемое в целях наиболее эффективной реализации проектов, секторов, имеющих важное государственное и общественное значение [4, с. 11]. Данное определение достаточно полно, на наш взгляд, характеризует понятие ГЧП, хотя при этом не вполне раскрывается синергический эффект, который получается при государственно-частном партнерстве, в том числе и в российской экономике.

Сегодня необходимость в использовании разных видов ГЧП в инновационных процессах возникает в тех сферах, в которых традиционно ответственность приходится на государство – это базовые сегменты промышленности или проекты федерального значения (Олимпиада в Сочи, туристические зоны в Северокавказском регионе, в том числе Архыз в Карачаево-Черкесии), объекты структур общего пользования (транспортная инфраструктура, коммунальная и социальная инфраструктура, объекты культуры, памятники и архитектуры), ремонт, реконструкция и содержание объектов общего пользования, сфера ЖКХ, образование и т.д.

В отличие от большинства стран Европы, где государственно – частное партнерство уже давно существует как элемент экономики, в

России такое партнерство находится на стадии становления. Развитие соответствующих инструментов, определяющих такое партнерство в отечественной экономике, ориентированных на решение, в том числе, и социальных вопросов, с привлечение кредитных структур, является одной из важнейших задач экономики настоящего дня.

Но поскольку цели государства и бизнеса различны, сделать это сегодня достаточно сложно. Для государства важно получить в первую очередь социальный эффект, а уж потом прибыль, для бизнеса – наоборот, прибыль на первом месте, а социальные эффекты вообще рассматриваются как сопутствующие. Поэтому, чтобы интересы сторон были согласованы, необходимо тщательно подходить к вопросу оценки инновационных проектов, основанных на принципах ГЧП, разработать критерии вхождения в проект для государства и частного сектора, четкие правила участия в конкурсах на соискание финансирования со стороны государства и четкие критерии оценки эффективности использования государственных средств.

Проведенный нами анализ позволяет говорить о том, что наиболее перспективным развитием туризма на Северном Кавказе является инновационное развитие. Собственно говоря, это направление вытекает и из утвержденного еще в 2011 году Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [3]. Целевым ориентиром, заданным инвесторам Стратегией инновационного развития, является выход к 2020 году доли внутренних затрат на НИОКР от ВВП на уровень 3%.

Как показывает анализ, «в России осуществляется переход к новому этапу инновационного развития: к построению экономики, базирующейся преимущественно на генерации и использовании инновационных технологий. Использование новейших достижений науки определило существенное ускорение темпов обновления инновационных технологий ...» [9, с.41].

При этом участники любого инновационного процесса сталкиваются со следующими проблемами:

- новаторы ищут инвесторов для осуществления своих идей и потребителей, для которых новшества могут быть интересны;
- инвесторы заинтересованы в инновационной деятельности, но им необходимо проведение аналитической работы по определению эффективности предполагаемых вложений;
- потребители не владеют полной информацией о новаторах и инновациях и нуждаются в помощи в оценке возможных выгод.

К этим проблемам стоит добавить и серьезную сложность, связанную с низкой восприимчивостью экономически активного населения к инновационной деятельности вообще. На Северном Кавказе в сфере туризма это усугубляется еще и другими факторами:

- несформировавшийся средний класс, который обычно в субъектах федерации является катализатором экономической генерации инноваций;
- консервативный менталитет общества и отсутствие инновационного мышления у значительной части общества;
- отсутствие вектора инновационности в образовании подрастающего поколения;
- недоверие общества к государственным институтам;
- значительное наличие в данной сфере теневой экономики, с одной стороны, и дискриминационное отношение к экономике страны со стороны Западного сообщества, с другой стороны;
- коррумпированность во всех эшелонах власти;
- повсеместная бюрократизация органов управления;
- инвестиционная непривлекательность экономики региона и имеющаяся практика рейдерских захватов предприятий и организаций;
- огромный потенциал трудовых резервов и отсутствие перспектив решения вопросов безработицы.

Фундаментальная проблема управления инновационным развитием туризма на Северном Кавказе, на наш взгляд, может быть связана с тем, что регион застрял по многим научным направлениям на низшем укладе технологического развития и объективно не видно никаких просветов в том, что будет совершен какой-либо скачок на более высокий технологический уклад. Возникает вопрос экономики вполне закономерный вопрос - почему сегодня на Северном Кавказе вкладывать в производство, новые технологии, инновации невыгодно?

Одной из причин сложности развития республик Северо-Кавказского региона является так называемый фактор «заложника географии». Данный фактор означает, что определенная географическая изоляция региона усложняет доступ инвесторов к экономическим рынкам напрямую, а также горный рельеф и сложные дороги создают серьезные проблемы для компаний, которые не могут вести нормальную торгово-производственную деятельность в данном районе и регионе.

Понятно, что при таких условиях необходимо партнерство госсектора и негосударственных структур. Однако до сих пор нет четкого представления о том, зачем и как, в каких организационно-правовых формах может осуществляться ГЧП в инновационном развитии субъектов федерации Северокавказского региона и каковы механизмы эффективного финансирования таких проектов.

При этом следует иметь в виду то, что обоснованного решения вопросов финансирования проектов ГЧП зависит не только экономическая эффективность проекта, но и обеспечение доверия со стороны общества к

такого рода сотрудничеству. Это особо важно так же в свете борьбы с коррупцией в экономике.

Подводя итог всему вышесказанному, следует сказать, что существует множество различных механизмов поддержки и моделей партнерства государственного сектора с частным, каждая из которых обладает своими преимуществами и недостатками. При этом, как показывает анализ, существует проблема и профессиональной подготовленности работников, которые могут быть задействованы в вопросах ГЧП. Привлечение к такой деятельности высококвалифицированных специалистов позволяет повысить эффективность работы и усилить преимущества партнерство государства и частного капитала в инновационном развитии туризма в регионе.

В целом для полноценного и успешного инновационного развития туризма на Северном Кавказе с использованием преимуществ государственно-частного партнерства, на наш взгляд, необходимо:

- 1) во-первых, составить перечень приоритетных инновационных проектов, для реализации которых планируется привлекать частные инвестиции. Важно в работе комплексно учитывать социальное, политическое и экономическое влияние реализации проекта государственно-частного партнерства на инновационное развитие региона. В условиях Северного Кавказа проект может охватить и несколько субъектов федерации. Учет не в полной мере системных составляющих может привести к потере эффекта в целом от реализации проектов, снизить общую договорную привлекательность и эффективность;

- 2) во-вторых, следует создать широкую нормативно-правовую базу осуществления партнерских проектов. Эта база придаст легитимность соглашениям, заключаемым по этим проектам, и защитит интересы партнеров (в случае возникновения каких-нибудь споров), повысит качество и количество реализуемых проектов, способствующих созданию институтов инновационного развития;

- 3) в-третьих, необходимо выстроить аппарат, чтобы он был готов и способен эффективно реализовать дополнительно цели, как для отдельных регионов, так и страны в целом в условиях партнерства государства с бизнесом;

- 4) в-четвертых, необходимо наиболее полно и эффективно использовать возможности имеющихся институтов ГЧП для ускорения темпов инновационного развития, возможность оперативно разрешать вопросы, возникающие в процессе подготовки и реализации ГЧП проектов;

- 5) в-пятых, должен быть проработан вопрос создания программ переподготовки и повышения квалификации государственных служащих, предпринимателей, семинаров, конференций, посвященных современным тенденциям инновационного развития.

В условиях кризиса малый бизнес показал адаптируемость к меняющимся условиям. Субъекты малого и среднего предпринимательства – это перспективный и неотъемлемый элемент роста туристической отрасли любого региона.

Что касается вопросов финансирования проектов развития туризма, важного направления развития КЧР (так и для Северо-Кавказского региона), то на начальном этапе большую часть финансовой нагрузки следует возложить на государство в лице федеральных и региональных органов власти. Государство осуществляет вложения в инженерную инфраструктуру, расширение площадок под проекты, и это позволит привлекать частных инвесторов и капиталов для реализации конкретных бизнес-проектов на территории, уже оснащенной современными инженерными коммуникациями. Государству следует брать на себя также риски финансирования научно-исследовательских работ и опытно-конструкторских разработок, стимулируя, таким образом, инновационную активность предприятий. Государство подобным образом делает первый шаг, принимая на себя все основные риски по реализации проекта, и приглашает частный сектор к диалогу.

В заключение следует отметить, что именно государственно-частное партнерство является одним из инструментов привлечения новых технологий и развития инновационной экономики. Такое сотрудничество государства и бизнеса обладает уникальными свойствами: исчезают административные барьеры, инвесторы ограждаются от коррупции, инвесторам обеспечивается прямой доступ к преимуществам экономики и т.д. Все это является предпосылкой серьезного коммерческого успеха инновационных проектов и, безусловно, поможет справиться с трудностями и проблемами, перед которыми сегодня стоит развитие туризма в Северо-Кавказском регионе.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/.
2. Абдулов, А.О. О стратегии партнерства науки и власти / А.О. Абдулов // Свободная мысль. – 2009. - №1. – С. 85 – 100.
3. Аганбегян А.Г. Стагнация, рецессия и стагфляция 2013-2015 гг., причины и последствия Актуальные проблемы экономики и управления. 2015. № 4 (8). С. 3-12.
4. Вилисов, М.В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект / М.В. Вилисов // Власть. – 2006. - № 7. – С. 11 – 13.
5. Плотникова, Г.А., Гончаров, А.И. Лизинг как финансовый элемент механизма государственно-частного партнерства в животноводстве / Г.А. Плотникова, А.И. Гончаров // Экономический

анализ: теория и практика. – 2009. - №19. – С. 25 – 31.

6. Прогноз долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития РФ). URL:

<http://government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf>

7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012: Статистический сборник/ Росстат М., 2012. 990 с.

8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Статистический сборник/ Росстат М., 2017. 990 с.

9. Слепак К.Б. Научно-образовательный потенциал как фактор социально-экономического развития регионов России // Российский научный журнал «Экономика и управление». – 2015 -№ 9 (119). С. 41-47.

«ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ РЕГИОНА»

*Канцеров Р. А., к. э. н., профессор
Северо-Кавказская государственная технологическая
академия, г. Черкесск
Хубиев И. М.
Северо-Кавказская государственная технологическая
академия, г. Черкесск*

ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ РФ

Проблема эффективного взаимодействия двух уровней управления - государственного и муниципального - одна из наиболее острых проблем современного политического развития страны. Особое место занимает вопрос реформирования отношений между государственной и муниципальной властью. Он отражает основы, логику и значение государственного устройства страны.

Статья 12 Конституции Российской Федерации¹ предусматривает, что местное самоуправление признается и гарантируется в Российской Федерации. В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»² местное самоуправление признается и гарантируется Конституцией Российской Федерации. Местное самоуправление – деятельность населения по решению вопросов местного значения, непосредственно или через местные органы власти, исходя из интересов населения, его исторических и других местных традиций, осуществляемая самостоятельно и под свою ответственность.

Конституция России закрепила организационную отделенность местного самоуправления от государственных органов, но на практике эффективное управление во всех сферах жизни общества невозможно без хорошо функционирующего механизма их взаимодействия. Большинство наших неудач в экономике и социальной сфере связаны именно с тем, что этот механизм порождает неудачи, связанные с тем, что планы развития

¹"Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)

²Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 16.09.2003)

как государственных, так и муниципальных властей не соблюдаются и не выполняются. Кроме того, местное самоуправление имеет довольно небольшой круг независимости.

Нам нужна новая практика для страны - чтобы местный уровень самоуправления принимал вполне ощутимые задачи и полномочия. Люди должны понимать и чувствовать, что жизнь во многом зависит от своих собственных решений, они должны верить в свои силы, у них должны быть механизмы для выполнения различных задач и должны быть ответственными, по крайней мере, перед собой. Здесь главная проблема заключается в отсутствии во многих муниципалитетах экономической базы для осуществления полномочий. Этот серьезный дисбаланс всегда приводит к тому, что в результате каждый выстраиваясь в очередь за финансовыми ресурсами и подрывает то, что можно назвать автономией, инициативой и творчеством. Для улучшения взаимодействия государственных органов и органов местного самоуправления необходимо развитие системы отношений. Пока такой системы не существует. Однако она начинает складываться постепенно. Содержание этой системы включает, конечно, финансовое и материальное участие в делах друг друга.

Для эффективного взаимодействия между региональными и муниципальными органами власти необходимо четкое разделение полномочий между всеми органами. Неопределенность полномочий и компетенций всех уровней государственной власти стала одной из основных причин, обусловивших необходимость углубления административных и муниципальных реформ. В настоящее время есть еще две проблемы: квалификация и коррупция. Необходимо готовить и обучать персонал муниципального уровня, чтобы руководители и специалисты могли решать задачи, требующие нестандартного подхода. Что касается коррупции, то борьба с ней возможна только при условии реформирования всего аппарата государственного управления. Эти причины являются шаткой основой взаимодействия государственных и муниципальных властей.

Государственное управление и местное самоуправление являются двумя взаимодействующими уровнями власти, которые обеспечивают руководство государством и его субъектами. Успех государственного управления зависит от их отношений.

Исходя из вышеизложенного, можно только сказать одно: нужно немедленно начать работу по укреплению отношений между государственными и муниципальными властями, потому что единство является основой сверхдержавы.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о

поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)

2. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 16.09.2003)

Каптушева А. И.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Бежанов М. К., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА

Используя процессы государственно-муниципального регулирования хозяйственных стихийных процессов, социальное общество стремится подправить и минимизировать социальные, экономические недочеты рыночной организации хозяйственной практики. Управление является обязательным элементом в сохранении организованных систем различной природы. Путем реализации сознательных и стихийных программ, управление обеспечивает достижение целей, поддержание относительно устойчивой структуры и режима функционирования системы. Оно позволяет современному миру существовать как совокупность разнообразнейших взаимодействующих систем, стремящихся самосохраниться, выжить и найти именно свое место в сложно-сплетенной объективной реальности. Как высший тип управленческой деятельности, социальное управление представляет собой влияние субъекта на общественные отношения с целью их совершенствования, развития и упорядочения, сохранения их качественной специфики. Основной чертой социального управления является то, что «в качестве объекта здесь является деятельность самих субъектов познания. То есть субъектами познания и реально действующими лицами являются сами люди. В зависимости от природы субъекта управления существует государственное управление (субъект управления – государство) и муниципальное управление (субъект управления – население муниципального образования). Государственное управление – это процесс регулирования отношений внутри страны средством распределения сфер воздействия между главными отраслями власти и территориальными уровнями. В базе государственного управления лежит государственный энтузиазм, направленный на сохранение единства страны, его главных институтов,

поддержку качественного свойства и уровня жизни его людей. Среди приоритетных направлений в реализации публичного (государственного) энтузиазма— выполнение определенных функций: экономической, арбитражной, политической, социальной, защитной. Государственное управление воздействует на объекты, находящиеся как внутри государства, так и за его границами.

Основные принципы формирования системы государственного управления таковы: разделения властей; комплементарности; субсидиарности; демократизма; гомогенности.

Назначение государственного управления состоит в умении, желании и способности органов исполнительной власти осуществить организацию практического исполнения общих норм и предписаний федеральных органов и субъектов Федерации, актов руководителей субъектов Федерации, а также указов Президента РФ.

Муниципальное управление — это функция местного самоуправления, нацеленная на увеличение качества жизни народонаселения муниципального образования (муниципалитета). В процессе муниципального управления органы муниципального образования (например, отдел образования, отдел промышленности и т.д.) ведут взаимодействие с разными субъектами (к примеру: торговые предприятия, образовательные организации и т.д.), находящиеся на территории муниципального образования. Муниципальное управление и государственное управление во многом схожи, например, здесь также применяется принцип разделения властей: законодательная — горсовет, исполнительная ветвь— мэр, судебная — городской суд. При данном управлении муниципалитетом имеет принципиальные отличия от управления государством в целом:

- в базе муниципального управления лежит проектный подход к управлению;
- муниципалитет управляет прежде всего своими предприятиями и службами, а не гражданами, проживающими на его территории;
- муниципалитет не владеет правом выпускать законы.

В проекте управления муниципалитет во многом сходен с частным предприятием, единственное серьёзное различие — бюджетное финансирование: основным источником поступлений в администрации муниципального образования являются налоги и сборы.

Муниципальное управление играет огромную роль в обеспечении действенной социальной политики страны, поддержании высочайшего качества жизни народонаселения. Дело в том, что с точки зрения властной вертикали, муниципальный уровень управления считается наиболее базовым — он ближе всех расположен к народу, лучше всего имеет возможность учитывать и знать все его потребности. Поэтому грамотное муниципальное управление-это задаток стабильности страны,

опирающейся на учёт интересов всех его граждан. Наиболее общая первопричина появления и государственного, и муниципального управления

— необходимость регулирования отношений в коллективе: исполнение «общих дел» и преодоление конфликтов. Появилось государство со своими органами. В итоге перехода к оседлому способу жизни возникли общины. В них были выборные старейшины и остальные «управленцы». Они образовали зародыш муниципальной организации на местах. Государственный и муниципальный аппарат увеличивается, он растет в соотношении к численности населения, занятого иным трудом. В передовых критериях необходимость в муниципальном и государственном управлении не только сохраняется, без этого нереально современное общество. Но в условиях современного общества происходит совершенствование качества жизни всех слоев, общественное неравенство есть, а временами и углубляется. Продолжает действовать и вторая причина — социальная асимметрия общества и связанные с нею конфликты, приобретающие общественное значение. Состояние отдельных индустриальных магнатов достигает десятков миллиардов долларов (равно всему ежегодному государственному бюджету России), а отдельных лиц — практически сотню миллиардов долларов. Есть очень много остальных различий в обществе, связанных с разновидностями труда, профессиями, возрастными и другими особенностями всевозможных групп людей. Отношения между ними, также, необходимо регулировать. В регулировке нуждаются социальные объединения, всевозможные институты, поведение индивидов, в случае если оно приобретает социальный смысл. Органы государства и муниципального управления, сформированные общественностью, как ожидается, имеют все шансы принять более взвешенное решение (в конечном счете в заинтересованностях населения), чем это устроит само люди (население), к примеру, методом голосования. Способности государственного и муниципального управления ограничены. Органы государственного и муниципального управления, исполняя свою управленческую деятельность, естественно, не в состоянии решить все насущные «социальные дела» (непрерывно появляются свежие проблемы), устранить общественное неравенство в обществе и тем более убрать возрастные различия. Путем регулирующего влияния государственных и муниципальных органов (каждых — на собственном уровне) возможно только лишь умерять, смягчать конфликты, не доводя их до разрушительного противостояния. Путем использования общественной власти возможно решить лишь некие «общие дела» (выдвигающиеся прежде всего на первый план), отчасти решить иные вопросы и никогда невозможно решить третьи (к примеру, поменять климат планеты в буквально поставленных параметрах). Используя меры управленческого влияния, нельзя также убрать общественные и другие инциденты в

обществе. Вместе с тем способности государственного и муниципального управления (особенно первого) для регулирования социальных, а время от времени не лишь только социальных отношений значительны. Уполномоченный на то законодательством орган государства (суд, при национализации — правительство или же парламент) имеет возможность отнять имущество у владельца для «публичной пользы» (в настоящее время, как правило, — лишь только с компенсацией) или временно конфисковать, скажем, средства передвижения в критериях чрезвычайных событий (органы чрезвычайного или же военного управления, с возвращением имущества по мере необходимости или же с компенсацией). Проводя аграрную реформу (в Японии, Италии, Польше, и др.) или же национализацию группы однородных объектов (к примеру, неких Французских банков, Итальянской электротехнической индустрии, угольных шахт в Англии и т.д.), большую группу лиц, правительство лишало собственности (с компенсацией). Законодательством или судебным решением (а при государственных переворотах — чрезвычайными актами) государственные органы воспрепятствуют и распускают политические партии, иные группы граждан, ежели эти объединения не соблюдают конституцию и закон, устанавливают не объемлемую государственную идеологию (к например, в КНДР идеи марксизма ленинизма и чучхе). Орган государственной власти — а именно суд при конкретных жизненных обстоятельствах вправе отнять у человека свободу и в том числе жизнь, вправе отобрать детей у недостойных родителей для иного воспитания. В то же время государственные органы имеют все шансы награждать, давать льготы и пособия, освобождать от обязательств и прочее. Органы муниципального управления, естественно, имеют значительно наименьшие возможности для поощрений и наказаний. Но и они (не все) имеют все шансы в соответствии с законодательством(кодексом об административных правонарушениях) налагать штрафы, включать кое-какие обременения собственности, устанавливать определенные критерии поведения граждан в публичных местах, они имеют свою собственность, организации, учреждения и распоряжаются ими, вправе предоставлять гражданам некоторые льготы и пособия и т.д. Возможности государственного и в наименьшей степени — муниципального управления связаны с четырьмя основными факторами: волей, властью, силой и материальными и другими ресурсами. Большой смысл содержит волевая составляющая. Воля управленческая выражается в принимаемых решениях, особенности в тех, которые соответственно в первую очередь затрагивают жизненные интересы всего общества, представленного территориального коллектива, его общественных групп. Зачастую они принимаются, не обращая внимания на сопротивление таких групп, а временами — вопреки воле большинства народонаселения. Способности регулятивной деятельности органов государства и

муниципального образования непосредственно соединены с властью. Выше уже говорилось о суверенной власти страны, обладающей верховенством в обществе по отношению к всякой иной социальной в том числе Научный вестник ЮИМ №3` 2016и к личной (к примеру, родительской, потому что правительство законами о браке и семье ограничивает ее) власти. Муниципальное образование не вправе применять силовые учреждения государства, расположенные на его территории (вооруженные силы, тюрьмы и др.). К примеру, как и в государстве, мощь муниципальных органов находится в зависимости от помощи народа населения территориального коллектива. Ресурсы муниципального образования имеют все шансы быть значительными (например, залежи нефти или же алмазные прииски), но это лишь только небольшая доля ресурсов данного государства. К тому же важнейшие полезные ископаемые присутствуют не в собственности муниципальных образований, а в собственности страны (в федеративных государствах временами в общей собственности государства и субъекта федерации).

Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.12.2017) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.03.2018)

*Кочкарова А. А.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Бежанов М.К., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск*

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Обеспечение инвестиционной привлекательности является важным элементом любой территории. Любое малейшее повышение инвестиционной привлекательности является дополнительным средством, позволяющий сделать шаг к выходу из кризиса. Современный этап развития экономики характеризуется активизацией инвестиционной привлекательности муниципального образования в целях повышения экономического роста и качества уровня жизни у населения.

Инвестиционная деятельность муниципального образования является значительным элементом его экономической системы и играет большую роль в функционировании всего муниципального образования.

Одной из главных задач, которые стоят перед современным обществом, является формирование необходимых и благоприятных

условий для интенсификации экономического роста, повышения качества жизни населения.

Рост инвестиционной привлекательности содействует прибавочному притоку денег и экономическому подъему. Инвестор, при выборе региона для вложения своих средств, следует определенным характеристикам: инвестиционным потенциал и уровень инвестиционного риска, взаимосвязь которых и определяет инвестиционную привлекательность территории [1]. Разрабатывая инвестиционную политику в муниципальном образовании, необходимо учитывать, что город рассматривается как сложная система более высокого уровня, чем просто территориальная единица. Следует учитывать и то, что инвестиции эффективно реализовываются, тогда, когда для этого созданы все условия. Муниципальная власть заинтересованная в привлекательности своего территориального образования, создаст все условия благоприятные для привлечения инвестиций.

Органам местного самоуправления следует уделять достаточно внимания вопросам социально-экономического развития. Целостное социально-экономическое развитие муниципального образования выступает качественными изменениями в жизни населения муниципального образования, вызванное вследствие целенаправленных действий органов государственной власти и местного самоуправления. Эффективность деятельности органов ОМС выражается в росте действительных доходов населения, связанных с улучшением конкурентных преимуществ и финансовых результатов деятельности всех хозяйствующих субъектов муниципального образования, повышении качества, количества и ассортимента, предоставляемых на территории муниципального образования благ и услуг и улучшения их распределения.

Все без исключения элементы развития муниципального образования напрямую связаны с инвестиционной деятельностью. Таким образом, проблема развития проявляется в формировании стратегии развития и создании на ее основе результативной модели управления инвестициями, муниципальным образованием в лице органов местного самоуправления или непосредственно населения, что требует выделения факторов развития.

Местного самоуправления, естественно, заинтересовано привлечении инвестиций на свою территорию.

Деятельность органов муниципальной власти по привлечению и наиболее эффективному использованию средств, вкладывается на территорию муниципального образования и составляет суть самой муниципальной инвестиционной политики. Повысить инвестиционную привлекательность может внесение изменений в законодательство РФ в части предоставления налоговых льгот инвесторам, но это лишь разовое мероприятие, который способен только снизить "планку", но при этом не решить проблему [3].

Высокий уровень энергетической обеспеченности, наличие железной дороги и крупной железнодорожной станции, высокоразвитой сети автомобильных дорог и инженерной инфраструктуры являются постоянно воздействующими факторами, активно привлекающими инвестиции к главному капиталу производственных и промышленных отраслей муниципального образования.

Вследствие привлечения инвестиций в отрасль экономики муниципального образования, предполагается дальнейшее усовершенствование социально-экономической обстановки, позволяющих обеспечить стабильный темп экономического роста, эффективную и достаточную занятость населения, укрепление налоговой базы при решении общественных проблем, развитие бизнеса и инфраструктуры города.

Инвестиционная политика направлена на объединение усилий участников инвестиционного процесса.

Воздействующими рычагами на ситуацию в инвестиционной сфере становятся инструменты управления, которые касаются создания благоприятных условий для размещения инвестиций на территории города и удачной реализации инвестиционных проектов [2]. Например, реализация инвестиционной политики города Черкесска предполагает точку зрения и деятельное участие в ней органов местного самоуправления, а также непосредственно самих участников инвестиционного процесса.

Первостепенными установками инвестиционной деятельности являются:

- инвестиции по увеличению объемов производства товаров и услуг, повышения качества и уровня жизни населения;
- инвестиции, направленные в объекты жилищно-коммунального хозяйства города;
- инвестиции, направленные в благоустройство города.

Основными инвестиционными преимуществами города Черкесска являются:

- выгодное географическое положение;
- развитый перерабатывающий комплекс;
- наличие квалифицированных трудовых ресурсов;
- выработанная структура информационных современных средств связи;
- развитая система розничной торговли и бытовых услуг;
- сформированная система финансово-кредитных организаций;
- относительно недорогие и доступные энергетические ресурсы;
- стабильная экономическая, социальная, экологическая и политическая обстановка.

Ключевыми приоритетами развития хозяйства в муниципальном образовании являются модернизация жилищно-коммунального хозяйства, замена изношенного оборудования, внедрение энергосберегающих

технологий. предоставление доступности социально-культурного потенциала для всего местного населения, реализация мер по конкретно направленной социальной защите населения; осуществление ряда мероприятий по благоустройству города, в целях обеспечения более комфортных условий проживания и повышения привлекательности города для бизнеса.

Администрация или мэрия муниципального образования обязана оказывать и проявлять всяческую поддержку инвестициям в развитие его экономики, формировать благоприятные условия при реализации проектов и предложений, содействующих развитию инфраструктуры, и повышению привлекательности самого города.

Непременно, муниципальная власть должна быть заинтересована в привлечении инвестиций на свою территорию, с привлечением которых, кроме решения конкретных задач каждого инвестиционного проекта, будут обеспечивать занятость населения и пополнение местного бюджета, благоустроенность муниципального образования и уровень жизни населения.

Список литературы:

1. Бабанов А.В. Классификация факторов, формирующих инвестиционную привлекательность региона / «Экономический журнал». – М.:2012. – № 4 (28).
2. Асаул А.Н., Пасяда Н.И. Инвестиционная привлекательность региона. – СПб: СПбГАСУ, 2008
3. Иванов Г.И. Инвестиционный менеджмент: Учеб. пособ. – Ростов н/Д: «Феникс», 2013.

Кочкарова Э.А.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Узденова Ф.М., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

КАЗНАЧЕЙСКИЙ КОНТРОЛЬ

Финансово-бюджетная система нашей страны всегда находится в зависимости от внешних и внутренних экономических процессов. Неопределенность при прогнозировании общей экономической ситуации потребовала особого обоснования мероприятий, обеспечивающих воздействие на финансово-бюджетную систему и на экономику в целом. Потому, в целях проведения государственно бюджетной политики, эффективного управления доходами и расходами в процессе исполнения федерального бюджета, усиления контроля за поступлением, целевым и эффективным использованием государственных средств был организован финансовый орган – казначейский контроль.

Государственный казначейский контроль как экономическая категория представляет собой разновидность государственного финансового контроля, осуществляемого специальным исполнительным органом государственной власти в соответствии с законодательными полномочиями по контролю за кассовым исполнением бюджетов бюджетной системы государства, законным, целевым и эффективным расходованием средств в бюджетном секторе экономики.

Благодаря рисунку 1 видно, что можно разделить казначейский контроль на виды, формы, методы и т.д.

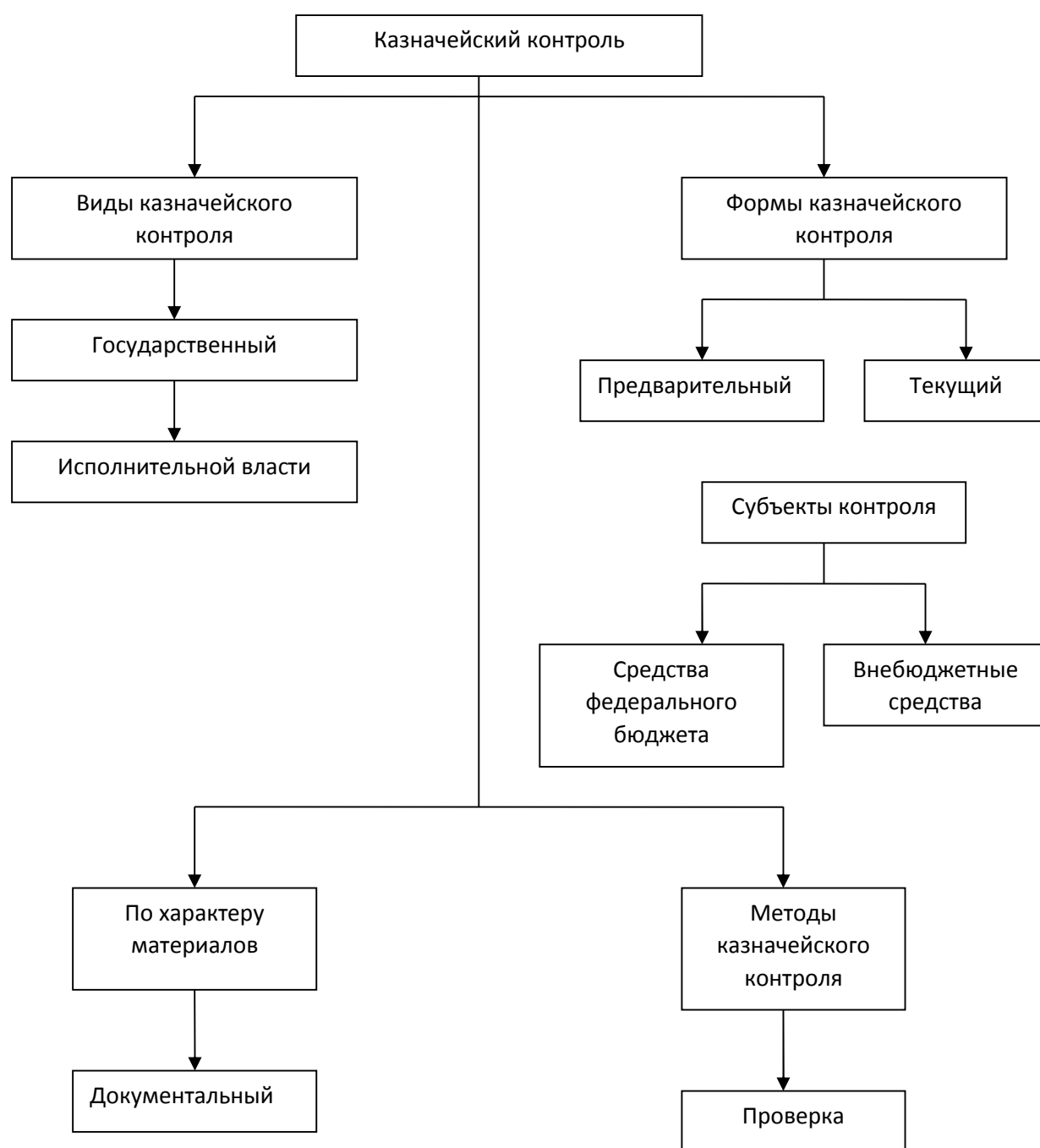


Рисунок 1 – Классификация казначейского контроля

Механизм казначейского контроля используется для усиления контроля за целевым использованием бюджетных средств.

Казначейский контроль означает обязанность крупных получателей бюджетных денег открыть счета в Федеральном казначействе. Такой механизм предусмотрен для бюджетных средств, предоставление которых должно осуществляться с последующим подтверждением их использования в соответствии с условиями и целями, для которых они предоставлены. Поэтому такие деньги называют «целевые средства».

Рассмотрим такую важную казначейскую функцию, как контроль.

Казначейский контроль осуществляется в отношении целевых денег, которые предоставляются на основании:

- госконтрактов на сумму более 100 млн. рублей;
- соглашений о предоставлении субсидий и бюджетных инвестиций;
- договоров о предоставлении взносов в уставный (складочный) капитал или имущество юридических лиц, источником финансового обеспечения которых они являются;
- нормативных правовых актов, которые устанавливают порядок предоставления субсидий, но только если данными актами не предусмотрено заключение договора (соглашения) о предоставлении субсидии;
- госконтрактов, которые заключают федеральные бюджетные или автономные учреждения на сумму более 100 млн. рублей, при этом обеспечением являются субсидии на иные цели или на капитальные вложения;
- контрактов, договоров и соглашений, заключенных в рамках исполнения государственных контрактов, соглашений, контрактов учреждений.

Для гособоронзаказа казначейский контроль тоже обязателен.

Федеральное казначейство обладает огромной базой данных, позволяющей проводить серьезный предпроверочный анализ и производить планирование контрольных мероприятий с учетом риск-ориентированного подхода. Так, например, органы ФК располагают:

- информацией о поступлении и распределении средств федерального бюджета, государственных внебюджетных фондов;
- информацией о доведенных лимитах, осуществленных кассовых расходах и остатках бюджетных средств, в том числе о «закрытом» финансировании;
- информацией о суммах администрируемых доходов в бюджет;
- копиями первичных документов, на основании которых осуществляется санкционирование оплаты (касаемо получателей бюджетных средств — это государственные контракты, акты, счета, платежные поручения и др.);

- сведениями о принятых бюджетных обязательствах, включая случаи превышения принятых бюджетных обязательств над доведенными лимитами и случаи нарушения сроков направления сведений о принятых бюджетных обязательствах.

Учет указанной информации осуществляется посредством внесения в электронную базу данных в прикладном программном обеспечении «Автоматизированная система Федерального казначейства» (АСФК).

Казначейский контроль осуществляется по Правилам, которые утверждены Постановлением Правительства РФ от 30.12.2016 N 1552. [6].

Необходимо выделить относительно новую форму осуществления предварительного контроля Федеральным казначейством — казначейское сопровождение. Указанный механизм был предусмотрен Федеральным законом «О федеральном бюджете на 2016 год», а впоследствии, показав свою эффективность, и Федеральным законом «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов».

Казначейское сопровождение представляет собой механизм казначейского сопровождения средств в валюте Российской Федерации, предоставление которых юридическим лицам должно осуществляться с последующим подтверждением их использования в соответствии с условиями и целями предоставления указанных средств.

Для осуществления операций с целевыми средствами территориальные органы Федерального казначейства (ТОФК) должны открыть счет в учреждениях

Центрального банка РФ для учета денег юридических лиц, которые не являются участниками бюджетного процесса.

Получатели целевых денег (подрядчики и поставщики), в свою очередь, обязаны открыть лицевые счета в территориальных органах Федерального казначейства. На них будут зачисляться и с них будут списываться деньги.

Чтобы израсходовать их со своего лицевого счета, организация вместе с платежным поручением на оплату представляет в ТОФК заключенный госконтракт, а также иные документы, подтверждающие обязательства по расходованию целевых средств. Это могут быть накладная, акт приемки-передачи, счет-фактура [2].

Перечисление целевых денег не на лицевые счета в казначействе, а на банковские счета допускается только в определенных случаях. Например, для выполнения обязательств юридического лица по оплате труда и иных выплат в пользу работников.

При казначейском контроле в госконтракты должны быть включены определенные условия, в том числе обязанность поставщика (подрядчика):

- открыть лицевой счет в ТОФК для осуществления операций;
- предоставить в орган казначейства и государственному заказчику сведения об исполнителях (соисполнителях);
- представить в ТОФК документы, предусмотренные правилами

расходования целевых средств (накладных, актов и т.д.).

В платежных и расчетных документах и документах, которые подтверждают возникновение денежных обязательств, должен быть указан идентификатор госконтракта, казначейское сопровождение которого осуществляется по изложенным выше правилам [3].

Практика выездных контрольных мероприятий показывает, что основными выявляемыми нарушениями являются нарушения в сфере строительства, ремонта и реконструкции, а также нарушения при использовании федерального имущества [5].

К группе нарушений относятся:

- случаи предъявления к оплате фактически нереальных к выполнению работ по реконструкции (например, в срок от двух до пяти дней на суммы свыше 600 миллионов рублей);
- изменения заказчиком существенных условий государственных контрактов (например, был установлен случай продления первоначальных сроков выполнения строительно-монтажных работ на 3 года и 295 дней);
- изменение условий авансирования государственных контрактов (увеличение суммы аванса, изменение порядка погашения аванса), что приводит к образованию излишней дебиторской задолженности. Впоследствии устанавливаются случаи неисполнения подрядной организацией обязательств по контракту или случаи несостоятельности (банкротства) исполнителя, что приводит к невозможности взыскания суммы непогашенного аванса;
- необоснованное включение в акты приемки выполненных работ расходов, не предусмотренных сметной документацией, и затрат, не подтвержденных оправдательными первичными документами;
- отклонение произведенных работ от утвержденной проектно-сметной документации, что приводит к излишнему расходованию средств федерального бюджета;
- завышение объемов работ, включенных в акты приемки выполненных работ, при их фактическом отсутствии (например, по результатам инженерно-геологических изысканий предъявленные подрядной организацией работы по бурению скважин и цементации карстов цементными растворами подтверждены не были, то есть в составе почвы не было обнаружено цементных растворов) [1].

В целях повышения эффективности механизма казначейского контроля представляется целесообразным:

- осуществить разработку единой концепции государственного и муниципального казначейского контроля;
- обеспечить совершенствование законодательного и нормативно-правового регулирования государственного и муниципального казначейского контроля;
- осуществить разработку методического обеспечения контрольных

процедур;

- совершенствовать прикладные программы для автоматизации контрольных процедур основных казначейских операций;
- определить методы оценки качества казначейского контроля.

Предложенные меры по совершенствованию механизма государственного (муниципального) казначейского контроля позволят повысить его качество, результативность, стать действенным инструментом в повышении эффективности бюджетных расходов и в управлении общественными финансами.

Список литературы:

1. Абашев А.О., Пляскина М.И. Необходимость и пути совершенствования государственного казначейского контроля // В сборнике: материалы международной студенческой научно-практической конференции. 2017. С. 197-202.

2. Бородич В. В. Актуальные проблемы финансово-правового статуса Федерального казначейства // Молодой ученый. - 2016. - №21. - С. 575-577.

3. Васильева М.В. Мировой опыт организации государственного и муниципального финансового контроля и возможность его применения в России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. № 25 (118). С. 46.

4. Зарецкая Я.А. Повышение эффективности государственного финансового контроля: вопросы казначейского сопровождения// Интеграция наук. 2017. № 4 (8). С. 114-115.

5. Куприн А.А., Буга А.В., Грозаву И.И. Роль казначейских органов в обеспечении контроля и сохранности бюджетных средств // Экономика и управление народным хозяйством. 2017. № 2. С. 14-22.

6. <http://legalacts.ru/doc/postanovlenie-pravitelstva-rf-ot-30122016-n-1552-ob-utverzhenii/>

Лайпанова А.Э.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Бежанов М.К., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

В современной России наблюдается проблема хронического дефицита местных бюджетов. Львиную долю доходов местных бюджетов важное место продолжает занимать финансовая помощь, которая

осуществляется в форме дотаций, субвенций, средств фондов финансовой поддержки. В общем объеме доходов местных бюджетов за 2015г. доля межбюджетных трансфертов составляет 61,1 % или 2069,0 млрд. рублей [6, с.7], что свидетельствует о высокой дотационности местных бюджетов России.

О непомерно высокой зависимости местных бюджетов от финансовой помощи, поступающей из других уровней бюджетов бюджетной системы, неоднократно говорилось в Бюджетных посланиях Президента Российской Федерации Федеральному собранию. Такая тенденция приводит к негативным последствиям: к снижению ответственности органа местного самоуправления в процессе решения вопросов местного значения; формированию условий для неэффективного использования перераспределяемых межбюджетных трансфертов; отсутствию стимулов у местного самоуправления для расширения собственной доходной базы бюджетов, появляется искушение увеличивать объем расходов и дефицит местных бюджетов.

Кроме того, взглянув на структуру собственных доходов местных бюджетов, можно увидеть, что налоговые доходы практически равнозначны межбюджетным трансфертам (42,7 % против 46,1 %):

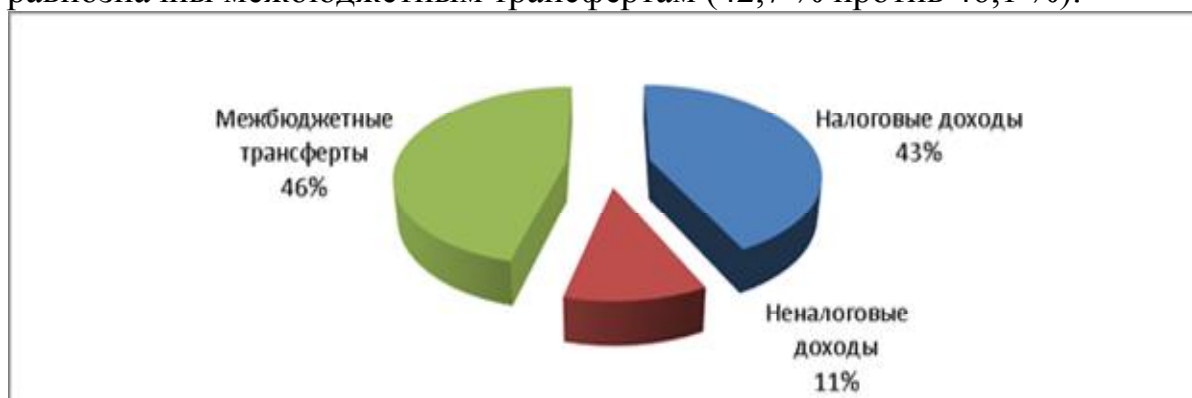


Рис. 1. Структура собственных доходов местных бюджетов за 2013 г. (составлено по данным Министерства финансов РФ)

Однако, несмотря на это, в большинстве регионов России бюджеты муниципалитетов остаются дефицитными. Согласно данным официальной отчетности 2015 году общий объем поступивших в местные бюджеты доходов составляет 3 386,7 млрд. рублей, а общий объем расходов составил 3 428,9 млрд. рублей [4, с.742]. Причина несостоятельности местных бюджетов заключается в том, что для России характерна практика распределения доходных полномочий между Федерацией, субъектами РФ и муниципальными образованиями, которая приводит к высокому уровню централизации доходов в федеральном бюджете.

Согласно ныне действующему порядку, налог на доходы физических лиц (НДФЛ) уплачиваются, по месту трудовой деятельности. Однако, следует рассмотреть примеры больших городов, таких как Москва, куда стекается большое количество населения вследствие трудовой миграции. В

большинстве таких случаев место прописки не совпадает с местом трудовой занятости, и так как налог выплачивается по месту работы, большие финансовые средства оседают в крупных мегаполисах. Это ведет к значительному уменьшению налоговых потоков в местный бюджет, из которых производится финансирование важных отраслей экономики и социальной сферы, что в итоге отрицательно сказывается на уровне и качестве жизни местного населения. Таким образом требуется интенсивное ведение работы по созданию новых рабочих мест на территории муниципального образования, что будет препятствовать оттоку рабочей силы.

Как возможный вариант решения этой проблемы можно рассмотреть внесение изменений в ст. 226 Налогового кодекса РФ, согласно которым уплата суммы налога на доходы физических лиц будет осуществляться не по месту постановки на учет налогового агента, а по месту жительства работника[7]. Увеличение финансовой базы местных бюджетов также предусматривается в изменении порядка распределения налога на доходы с физических лиц.

Еще одним вопросом, остающейся актуальной, является проблема введения прогрессивной шкалы налогообложения НДФЛ. Законопроекты о прогрессивной ставке НДФЛ неоднократно вносились на рассмотрение в Государственную Думу, последние два из них поступили в марте 2015 года[8]. Принятие такой шкалы будет является непосредственным стимулом для развития малого и среднего бизнеса, обеспечивая при этом финансовую самостоятельность лиц, занятых в наукоемких отраслях, тех же самых ученых, изобретателей, разработчиков современных информационных технологий, программистов.

К не учитываемым источником доходов при формировании бюджета является категория лиц, нелегально сдающих в аренду жилье. К такой категории можно отнести лиц, сдающих имущество в аренду, при этом не обеспечивающих законодательное сопровождение аренды, т.е. отсутствия факта предоставления налоговой декларации в соответствующую инспекцию, что ведет к уклонению от выплаты налога с доходов от аренды, так как сдача в найм жилья происходит незаконным путем. Если поиск недвижимости для найма происходит через специализированные организации (агентства), то в данном случае ответственность за предоставление документов в налоговый орган возлагается на само агентство. Такие организации обязаны уведомлять налоговые органы о каждом случае заключения договора найма. Усовершенствование этой системы также является весьма перспективным способом пополнения бюджета, если в качестве основного направления в данном аспекте будет выбрана модернизация системы местных налогов.

Особого внимания при рассмотрении вопроса о пополнении доходной базы местных бюджетов следует обратить к экономической

эффективности федеральных налоговых льгот, подавляющая часть из которых имеют низкую экономическую эффективность, так как подразумевают, простое освобождение от налогового бремени льготных категории налогоплательщиков. В Бюджетном послании на 2013-2015 годы говорилось о том, что «необходимо обеспечить выполнение плана поэтапной отмены льгот, установленных на федеральном уровне, применение которых приводит к недополучению доходов региональных и местных бюджетов»[1]. А уже в Бюджетном послании следующего года отмечалось, что сделаны первые шаги в этом направлении, а конкретно «приняты решения по поэтапной отмене наиболее крупных налоговых льгот для естественных монополий по налогу на имущество организаций»[2].

Еще одним способом может стать введение в экономический оборот земельных и имущественных объектов, которые «простаивают», к таким можно отнести незаконно занятые земельные участки, используемые без разрешения, а также реконструкция, проведение перепланировки, бесхозное содержание зданий, строений, сооружений, жилых и нежилых помещений и т.д. По оценкам специалистов, в целом, более 40 % жилых домов, дачных участков, парковок автомобилей и прочих объектов не имеют официальных документов на право собственности [5, с.38]. Выходом из этой ситуации является организация и проведение инвентаризации, последующая постановка на учет всех земельных и имущественных объектов. Существенное изменение в формировании доходов муниципалитетов внесет повсеместное введение налога на недвижимость, который должен будет консолидировать сразу два местных налога: налог на имущество и земельного налог. И налоговую базу целесообразно исчислять налоговую базу исходя из кадастровой стоимости, которая более приближена к рыночной.

Еще одним затруднением выступает сложность определения реальной рыночной стоимости, потому что точно известны только цены предложений, указанные в объявлениях. К тому же органы местного самоуправления лишь формально ответственны за определение кадастровой стоимости, на самом деле ее определяют компании, которые не заинтересованы в ее точности. Совершенствование системы налогообложения, касающейся недвижимости наиболее привлекателен для местных властей, так как этот вид налога наиболее устойчив, тем самым позволяет создать устойчивую финансовую базу для решения насущных проблем территории. Понятно, что рассчитывать на более объемное пополнение бюджета посредством налога на имущества могут крупные города со сравнительно дорогой недвижимостью.

Сложности и есть с неналоговыми поступлениями доходной части местных бюджетов. В 2016 году поступления неналоговых доходов составили 275,0 млрд. рублей, эта сумма больше значений 2015 года на 4,2

% [6, с.29]. Основной проблемой здесь является наличие огромного количество неиспользуемых фондов, например, земельных участков, которые при должном использовании могли бы приносить дополнительный доход. Такой доход можно получить посредством обязательного постановления на учет этих участков и возможной сдачи в аренду, или заключении договоров купли-продажи.

Таким образом, необходимо создать прочную финансовую основу местных бюджетов, которая формируется посредством совершенствования налогового законодательства, которое закрепляет основные правовые гарантии финансовой независимости местных бюджетов. Сформировать эту базу должно позволить увеличение собственного налогового потенциала, которое предполагает создание отдельного комплексного подхода. Реализация на практике мер, которые предложены выше, позволит увеличить заинтересованность местных органов власти в совершенствовании налоговой системы на местах, и увлечению налогового потенциала территории, что в конце приведет к большему потоку финансов в местный бюджет. Если бюджеты на местах будут наполняться за счет собственного потенциала, они все меньше будут зависеть от отчислений из других бюджетов бюджетной системы, что приведет к их финансовой самостоятельности, и, как следствие, к развитию всех сфер экономики.

Список литературы:

1. Бюджетное послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию от 28.06.2012 «О бюджетной политике в 2013-2015 годах». - Режим доступа: <http://kremlin.ru>
2. Бюджетное послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию от 13.06.2013 «О бюджетной политике в 2014-2016 годах». - Режим доступа: <http://kremlin.ru>
3. Голокозова И.Р. Увеличение доходной базы бюджетов муниципальных образований // <http://sci-article.ru/>
4. Марченко Т. С. Актуальные проблемы формирования доходов местных бюджетов // Молодой ученый. - 2015. - №10. - С. 741-745.
5. Мудрова Н.В. Актуальные проблемы формирования доходов местных бюджетов / Н.В. Мудрова // Финансы. - 2014. - №3
6. Сулова, М. С. Современные проблемы формирования местного бюджета // Молодёжь и наука: Сборник материалов VII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных, посвященной 50-летию первого полета человека в космос [Электронный ресурс]. - Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2015. - Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2011/section04.html>, свободный.
7. Информационный портал: <http://tv-express.ru/>
8. Российская газета: <http://www.rg.ru/>

Токова А.Р.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Бежанов М. К., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В нынешнее время в России важным и острым вопросом считается низкое качество принимаемых решений руководителями органов местного самоуправления. От руководителей и их заместителей во много зависит продуктивность и эффективность работы сотрудников, что влияет на качество принимаемых решений на муниципальном уровне. Значительная роль в принятии решений является применение таких методов, как нормативный, балансовый и морфологический.

Использование норм и нормативов в принятии управленческих решений - нормативный метод, благодаря балансовому методу можно определить приемлемое соотношение между расходными и доходными статьями бюджетной программы, а морфологический метод предполагает разделение проблемы на компоненты для уменьшения сложности и нагрузки, причем эти компоненты должны быть относительно независимы от общей проблемы. [1]

Главным компонентом в принятии эффективных управленческих решений является направленность решения в его практическом применении иерархического положения, которая позволяет создать долгосрочный механизм воспроизводства решений в будущем.

Для осуществления решений важно создать в Администрации г. Черкесск информационно-аналитический отдел, благодаря которому при выработке решений будут реализованы аналитиками, куда будут входить сотрудники аппарата управления, которые подготовят решения, специалисты данного отдела и других отделов Администрации г. Черкесск. В процессе выработки и реализации решений должны участвовать системные аналитики, руководитель Администрации г. Черкесска и эксперты, которые должны служить при решениях отдельно взятых конкретных вопросов по определенной проблеме. Они осуществляют аналитическую и информационную работу по уменьшению неопределенности информации, тем самым неся ответственность за свои рекомендации.

Выработка решения должно осуществляться совместно с начальником информационно-аналитического отдела и системными аналитиками. [2]

Системные аналитики первоначально выявляют и оценивают альтернативы решений данной проблемы. Они выявляют причинно-следственные связи, определяют тенденции изменения в будущем, делают выбор альтернатив и критериев, проводят необходимые расчеты и т.д.

Крайне важно, чтобы проблема, которая подлежит решению была выявлена при руководстве отделов Администрации г. Черкесск. Важным фактором успеха является вовлеченность начальников отделов в аналитические исследования проблем. То есть, такого рода участия начальника отдела при формировании критериев, определении и ранжировании целей, сказывается на внедрение положительных результатов. Около 82% случаев разработки, выполненные с привлечением начальника информационно-аналитического отдела, находят практическое применение, что превышает значение показателя внедрения разработок без его участия в 2 раза. С одной стороны, благодаря такой форме сотрудничества, проблемы ставятся в адекватном виде для нужд управления, с другой стороны, начальник информационно-аналитического отдела, имеет яркое представление о выводах системных аналитиков, и каким образом полученные результаты помогут при обоснованном выборе принятия эффективных решений. [3]

Логически стройная, по вероятности математическая постановка задачи, которой добивается системный аналитик, может в глазах руководителя отдела казаться плохо приспособленной к сфере его деятельности, недостижимой с точки зрения его сведений о вероятности количественных способов и, что самое главное, ненужной.

Следует учитывать, что системный аналитик склонен недооценивать роль интуиции и прошлого опыта. Это объясняется тем, что традиции научного общения приучили его обращать и заострять внимание скорее на выборе и применении методов обоснования решений, нежели на целесообразности и эффективности их использования. Руководитель информационно-аналитического отдела должен принимать решения, опираясь на точные, проверенные данные, на подробно проработанные системными аналитиками варианты, в разнообразии которых наилучший вариант редко можно найти с первого взгляда. А интуиция руководителя информационно-аналитического отдела применяется лишь в дополнение, но не как замена результатов, подготовленных системными аналитиками [2].

Системные аналитики рассматривают принятие решения как независимый процесс, для Главы Администрации г. Черкесска же принятие решения является лишь частью каждого процесса управления, где нужно рассматривать и непредвзятые, и субъективные факторы, влияющие на решение задачи. Расхождения во взглядах между системными аналитиками и руководителями отделов проявляются и в оценке риска при принятии решения. Руководитель информационно-

аналитического отдела выбирает исключительный вариант решения из предлагаемых системными аналитиками. Он должен своевременно потребовать от системных аналитиков данные анализа, пускай даже неполные.

В принятии решении Глава Администрации г. Черкесск играет основную роль. Он принимает решения на основе своих предпочтений и несет за них ответственность. В процессе выработки и реализации решений дозволено выделить следующие основные пути возрастания результативности.

Во-первых, руководитель информационно-аналитического отдела должен руководить процессом выработки решения, организуя данный процесс, привлекая надобных экспертов, обеспечивая их работу требуемыми источниками, определяя сроки принятия решения, контролируя их работу.

Во-вторых, Глава Администрации, при выдвижении задачи для решения, должен сам участвовать в ее конкретизации и выборе оценочных критериев. Далее уметь правильно определять и ставить задачу в исключительно трудной и противоречивой ситуации, где значительной обязанностью начальника является основной творческой частью его работы. [1]

В-третьих, Главе Администрации нужно самому исполнять работу по завершающему контроль за принятием решения.

В-четвертых, руководителю информационно-аналитического отдела нужно организовать выполнение решения, управляя работами на этапе реализации принятого решения.

В-пятых, руководитель организационно-правового отдела должен принимать участие в процессе принятия решения по отдельным вопросам выработки решения как эксперт и специалист. Впрочем, эксперты отделов Администрации г. Черкесск могут разбираться в отдельных вопросах лучше системных аналитиков (определение задачи, постановка целей, определение разных приоритетов и т.п.). Система предпочтений Главы Администрации г. Черкесск должна является основным критерием выборе наилучшего решения. С отдельными аспектами данной системы системных аналитиков лучше познакомить еще до принятия окончательного решения. [3]

Таким образом, можно сделать вывод, что необходимо создать информационно-аналитический отдел для выявления проблем, которые подлежат решению, при участии лиц, которые заинтересованы в выработке решений, т.е. руководителей отделов Администрации г. Черкесск. Учитывая, что при постановке проблем и выборе способов их решения только системными аналитиками, результаты не всегда эффективны и одобряемы их руководством.

Список литературы:

1. Карданская Н.Л. Основы принятия управленческих решений: Учебное пособие. М.: Русская деловая литература. 2008. С. 417.
2. Ромашенко В.Н. Принятие решений: ситуации и советы // Деловая жизнь. 2010. №1. С. 15-26.
3. Титова Н.Л. Разработка управленческих решений: курс лекций. М.: Деловая книга. 2007. С. 184.

Токова А.Р.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Эбзеев Х-М. И, к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

СПЕЦИФИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Стартап (start-up) - это слово в последние десятилетия стало синонимом прорыва, неразрывно связанного с новыми технологиями. Это отражает историю Паккарда и Хьюлетта, которая произошла в далеком 1939 году. Именно тогда два ученика назвали их проект таким образом. Стартап - запуск, начало. Это оказалось успешным: продукты HP окружают нас сегодня.

Стартап или стартап-компания - это компания с кратким периодом операционной деятельности. Как правило, такие компании созданы абсолютно недавно, находятся в стадии разработки или исследования перспективных рынков [1].

В настоящее время стартапы успешно работают практически во всех сферах жизни человека, создавая инновационные продукты или услуги, чтобы привлечь внимание аудитории. Основная цель таких проектов - получить высокую прибыль при низких затратах.

Актуальность этой статьи определяется не только текущими тенденциями развития начинающих проектов, но и осознанием обществом и государством истинных достоинств и возможностей проектов в случае их успешной реализации.

В России осознание важности стартапов для экономики государства и для общества в целом, к сожалению, задерживается, а сфера поддержки стартапов остается слабо развитой.

Финансирование запуска - один из важнейших этапов проекта, без которого его дальнейшее развитие невозможно. На начальных этапах реализации проекта запуска учредители сталкиваются со многими проблемами, включая некомпетентность, отсутствие конкретных механизмов управления, постоянный поиск инвесторов, отсутствие

финансирования и ресурсов для развития и другие. Как правило, вначале проект финансируется основателем или близкими друзьями.

Конечно, для дальнейшего развития идеи запуска для более широкой аудитории потребуются какие-то связи, раскрывающие интерес аудитории, пробные тестинги и инвестиции. Любой инвестор имеет свои предпочтения в отношении характеристик проектов или для сегментов, которые рассматривают его фонд. Трудно найти прямого инвестора, поэтому в настоящее время созданы различные фонды для поддержки стартапов и программ, которые помогают начинающим компаниям привыкнуть к инновационным проектам и деловому миру. В России основным импульс для развития пускового движения был одновременно с созданием Фонда Сколково и его технологического университета SkolTech. Государственная корпорация «Российская венчурная компания» (РВК) была призвана решать проблемы инфраструктуры и помогать в крупных инвестициях [2].

Рассмотрим основные направления поддержки стартапов в России, к которым может обратиться начальный проект:

1. Бизнес-ангелы - это юридические лица или физические лица, которые инвестируют свои личные сбережения в инновационные компании и проекты на ранней стадии развития. Обычно это люди, которые инвестируют относительно небольшие суммы в проекты, но могут помочь деловым контактам, организационным навыкам, собственному опыту, а также могут участвовать в создании и развитии компании. Основная цель бизнес-ангелов - получить максимальную прибыль по сравнению с первоначальными инвестициями за счет продажи их доли в компании [4, с.12].

2. 3F (от английской семьи, друзей, дураков - «семья», «друзья», «дураки») - западная модель финансирования стартапа на начальном этапе разработки или на этапе посева (начальная стадия). Как правило, это собственные сбережения или финансовая помощь владельца от родственников, друзей, а также тех, кто хочет поддержать идею строителя [3, с.45].

3. Венчурные фонды являются участниками инвестиционного рынка, уделяя особое внимание работе с стартапами и инновационными проектами.

Основная цель любого венчурного фонда - увеличить стоимость проекта для продажи инвестору следующей волны. Работая с фондом, вам нужно знать и готовиться к тому, что часть прибыли придется отдать венчурному фонду (на первом этапе его доля составляет в среднем 30-45%). Свобода деятельности также ограничена: за действие вы должны предоставить отчет.

За последнее десятилетие российские стартапы развивались на основе иностранных инвестиций, что противоречило существованию с

начала 2000-х годов инвестиционные компании и фонды венчурного капитала с российским капиталом.

4. Бизнес-акселераторы- это богатая образовательная программа, направленная на создание условий, способствующих быстрой разработке стартового проекта, выпуску его продукта на рынок и получению инвестиций (продолжительность от 3 до 6 месяцев).

Ускорители предлагают наставничество проектов, освещение в средствах массовой информации, небольшие инвестиции, позволяют налаживать связи, доводить до сведения инвесторов до инвесторов, а также стимулировать рост продаж. Важно знать, что для ускорителей участия обычно участвуют в проекте.

Бизнес-акселераторы наиболее распространены как форма поддержки ИТ-стартапов: проекты в области современных технологий и коммуникаций.

5. Бизнес-инкубаторы - это учреждения, которые поддерживают стартапы на всех этапах формирования: от разработки идеи до ее коммерциализации.

Они предоставляют проекты для аренды доступного офиса, необходимой бытовой электроники, различных тренингов, наставничества, консалтинга и других услуг для эффективной предпринимательской деятельности на всех этапах. Основной целью бизнес-инкубаторов является создание компаний, которые могут функционировать независимо после инкубатора.

В России бизнес-инкубаторы расположены в университетах: Высшей школы экономики, МГУ, InCube.

6. Технологический парк - это совместный имущественный комплекс высокотехнологичного оборудования и инфраструктуры, который позволяет проводить инновационные научные исследования и реализовывать бизнес-проекты. Задача технопарков - собирать специалистов различных видов деятельности на одном и том же сайте. В технопарках ученые проводят исследования, преподавание и реализацию.

Ведущими российскими технологическими парками являются нанотехнологический центр «Технопарк», научный парк МГУ. М.В. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Научно-технический парк Новосибирского Академгородка, Технополис Москва, Строгино, Идея, ИТ-парк, Технопарк-Мордовия, Ульяновский нанотехнологический центр, Западно-Сибирский инновационный центр (Тюмень) Сколково и др.

7. Краудинвестинг - инвестиционные проекты, которые предлагают инвесторам долю в проекте с последующим получением дивидендов. Основным преимуществом, а также переполнения и краудсорсинга является масштабная оценка перспектив, потребность в проекте, продукте или услуге [5].

Краудинвестинг работает следующим образом: компании размещают информацию о себе и своем проекте на платформе, что, в свою очередь, привлекает инвесторов и частных лиц, которые хотят финансировать свои средства в обмен на долю в проекте. Плюс для микроинвесторов заключается в том, что одновременно вы можете инвестировать в несколько проектов и тем самым диверсифицировать свой портфель.

8. Гранты и бонусы являются дополнительными возможностями для поддержки разработки стартовых проектов. Большинство компаний ищут «ярких умов» и проводят различные конкурсы и предоставляют гранты лучшим стартапам.

Одной из таких программ является «УМНИК» и «СТАРТ», которые направляют свои усилия на поддержку молодых, перспективных ученых; «Сколково» и «EURECA - Усиление университетских исследований и предпринимательского потенциала» - «Развитие научно-исследовательского и предпринимательского потенциала российских университетов» в Санкт-Петербургском национальном исследовательском университете информационных технологий, механики и оптики».

Все представленные инвестиционные методы влияют на успешное функционирование механизма венчурных инвестиций, что возможно только в условиях формирования системы взаимоотношений и содействия активному развитию инновационного процесса.

Таким образом, следует отметить, что, несмотря на очень молодое направление в России, система инвестирования, поддержки и развития стартапов в России находится на достойном уровне, у нее есть значительное количество средств, программы поддержки для начинающих создателей и продолжает интенсивно развиваться. Однако, по сравнению с западной системой, российская система только начинает свое формирование.

Начальный стартап-проект имеет широкий и разнообразный набор инструментов для разработки его идеи. Но чтобы получить поддержку, привлечь внимание инвесторов и учреждений к вашему проекту, вы должны постоянно участвовать в конкурсах, конференциях, программах, мероприятиях для поддержки проектов запуска и взаимодействия с бизнес-средой.

Список литературы:

1. Венчурный фонд. [Электронный ресурс] / Википедия. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Венчурный_фонд
2. Где взять деньги: бизнес-ангелы, гранты, краудинвестинг. [Электронный ресурс] / Rusbase - 06.11.2015. Режим доступа: <http://rb.ru/list/money-for-startup/>
3. Индина Т. А., CEO 2.0. Тренинг руководителя нового поколения/. – Санкт-Петербург: Издательский дом "Питер", 2015. – с.368

4. Каширин А.И., Семенов А.С. В поисках бизнес-ангела. Российский опыт привлечения стартовых инвестиций/. – Москва: Вершина, 2008. – с.384

5. Краудфандинг, краудинвестинг и Peer-to-peer кредитование. [Электронный ресурс] / Корпоративный менеджмент. Режим доступа: http://www.cfin.ru/investor/venture/crowd_funding.shtml

Узденова Ф. Э.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Бежанов М..К., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ НА МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ

У большей части населения под словом конфликт вызывает негативные ассоциации. Вряд ли найдется во всем мире человек, который не попадал в конфликтную ситуацию.

Важнейшую роль в возникновении конфликтов играют так называемые кон-фликтогены - слова, действия, которые содействуют возникновению и развитию конфликта, то есть - приводящие к конфликту непосредственно. Суть конфликтогенов состоит в том, что люди более чувствительны к словам чужих людей, чем к своим собственным. Доказательством этого может служить следующий афоризм: "Женщины не придают никакого значения своим словам, но придают огромное значение тому, что слышат сами». Следует помнить, что одиночный конфликтоген, сам по себе, не способен привести к конфликту.

На эскалацию конфликтогенов на конфликтоген в наш адрес мы пытаемся ответить более сильным конфликтогеном, даже чаще всего максимально сильным из всех возможных. В связи с этим, возникает вопрос: Какова же общая картина процесса "обмена любезностями"? Все случается до невозможного просто, чем мы могли себе представить. Получив в свой адрес конфликтоген, "потерпевший" хочет возместить свой психологический проигрыш, в связи с чем, испытывает желание освободиться от появившегося раздражения, ответив обидой на обиду". При этом ответ должен быть не слабее, и для уверенности он делается с "запасом", так как, весьма сложно воздержаться от соблазна наказать проучить обидчика, чтоб больше не позволял себе подобного отношения[1].

О конфликте, даже не пользуясь этим словом, писали еще древние

мудрецы. Они анализировали конфликты как основное и необходимое определение социальной жизни и развития. Гераклит полагал, что именно отрицательные последствия сражений и войн заставляют людей искать мира и стремиться к нему. Также Гераклит настаивал на том, что не только мы люди, но и боги, и весь космос существует в противоречиях и борьбе, являются следствием появления нового в мире.

В современном мире, существует масса конфликтов различных типов и видов и вместе с этим, невозможность или неспособность их разрешить. Одним из пояснений существующего в урегулировании конфликтов несложного положения является небольшая разработанность конфликтной проблематики и несмотря на то, что изучению конфликтов в настоящее время уделяется высокое внимание. Поскольку, возможно, именно углубленная научная разработка этой проблематики приведет к подготовке обоснованных рекомендаций для разрешения конфликта, а в будущем и создание общественного и государственного механизмов по предотвращению появляющихся конфликтов и способов их урегулирования.

Следовательно, конфликты присутствуют в сфере государственной и муниципальной службы и оказывают на нее свое огромное влияние.

Под конфликтом интересов на муниципальной службе разумеется ситуация, при котором личная заинтересованность муниципального служащего воздействует также на соответствующее исполнение должностных обязанностей, и при котором может возникнуть противоречие между личной заинтересованностью муниципального служащего и правами, и законными интересами граждан, общества и государства, которые способны привести к нанесению вреда правам и законным интересам граждан.

Под личной заинтересованностью муниципального служащего, влияющая на надлежащее исполнение им должностных обязанностей, понимается возможность муниципальным служащим при исполнении должностных обязанностей и доходов в виде денег также ценностей и иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав как для себя, так и для третьих лиц[2].

Важной из общепринятых классификаций является разделение конфликта на несколько типов, на основании сторон, которые входят в конфликт: межличностный, внутри личностный, межгрупповой и конфликт между личностью и группой.

Межличностный конфликт является одним из самых распространенных. Например, в организациях он имеет различные оттенки, и чаще всего это борьба между руководителями за ограниченные ресурсы, капитал или рабочую силу, время использования оборудования или одобрение проекта. Представим ситуацию, что для осуществления плана руководителям разных подразделений необходимы ресурсы.

Каждый из них должен убедить вышестоящие начальство выделить эти ресурсы именно ему, а не другому руководителю. Подобным, но более острым и длительным, может быть конфликт между двумя кандидатами на повышении в должности при наличии одной вакансии.

Внутри личностный конфликт - это конфликт мотивации, чувств, потребностей, интересов и поведения у одного и того же человека.

Межгрупповой конфликт. Общество состоит из множества различных групп, как формальных, так и неформальных. Не важно в каком обществе, и среди какой группы находишься, конфликты могут возникнуть при любых обстоятельствах. Аналогичные процессы происходят на уровне организаций. Примером такого конфликта может послужить постоянный конфликт между профсоюзами и администрацией.

Как представляют результаты различных экспериментов, производственные группы определяют нормы поведения и выработки. Чтобы быть принятым неформальной группой, каждому ее участнику необходимо придерживаться всех норм и правил, чтобы удовлетворить свои социальные потребности. Если ожидания группы находятся в противоречии с ожиданиями отдельного индивида, может возникнуть конфликт. К примеру, один из работников захочет заработать больше, или, делая сверхурочную работу, или превышая нормы, то группа рассматривает такое усердие как не приемлемое поведение, т.е. человек отбросил интересы группы и решил действовать самостоятельно и на это группа агрессивно реагирует.

Главные основания конфликтов-это ограниченность ресурсов, дисбаланс прав и ответственности при исполнении служебных обязанностей, приоритет личных целей над общественными, изъяны в организации труда, недовольство оплатой труда, недостатки в организации труда и неправомерные действия начальника и подчиненного[3].

Управление конфликтами называется процесс целенаправленного воздействия на персонал с целью устранения причин, вызвавших конфликт и переключение конфликта в разумное русло для достижения намеченных результатов.

Словно не учили жителей нашей планеты разговаривать, какие бы тренинги по сплочению сотрудников и командообразованию ни проводили, вроде бы не шлифовали подобающие памятки, в следствии практически постоянно приходим к пониманию, собственно инциденты в предприятии неизбежны

Были всегда, есть и будут противоречия между как отдельными людьми, так и подразделениями, которые приведут рано или поздно к конфликтам.

В заключении хотелось бы сказать, что, конфликты между людьми неминуемы. Таким образом, можно сказать, что конфликт несомненно является одним из источников жизненного опыта, самообучения и самовоспитания.

Список литературы:

1. Баринов В.А., Баринов Н.В. Организационный подход к управлению конфликтом в кризисной ситуации //Менеджмент в России и за рубежом. - 2008. - № 5. - С.12-19.
2. Бородкин Ф.М. Теория конфликта. - М.: Норма, 2001
3. Граждан В.Д. Государственная гражданская служба: Учеб. М.: КНОРУС, 2007

Эркенова Р. Х.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Бежанов М. К., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В РОССИИ И ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Государственный служащий обязан поддерживать свои знания и повышать свою квалификацию и иметь возможность переподготовки и стажировки.

Формирование профессиональной государственной службы требует совершенствования системы подготовки и дополнительного профессионального образования гражданских служащих.

Анализ опыта подготовки кадров государственных служащих в нашей стране показывает, что программа обучения строится, как правило, на широкой теоретической гуманитарной основе и в связи с этим прикладной подготовки. В этой связи важнейшей задачей институтов, которые готовят государственных служащих, является усиление связи обучения и практики, обеспечение единства фундаментальной и прикладной подготовки, разработка практико-ориентированной модели.

Обобщая проблемы в этой области, Вы можете выбрать наиболее важные, решение которых является актуальным:

1. Снижение уровня профессионализма государственных служащих.
2. Неразвитость системы профессионального обучения государственных служащих.
3. Неопределенность институционального механизма профессионально-технической подготовки для обслуживания.
4. Отсутствие сети специализированных (базовых) образовательных учреждений, реализующих образовательные программы в сфере

подготовки кадров для государственной и муниципальной службы, выполняющих функции по оказанию государственных квалифицированными кадрами.

5. Формирование системы государственного заказа на подготовку кадров для государственной и муниципальной службы, и целевая подготовка государственных и муниципальных служащих функции и задачи органов власти.

6. Неэффективное управление профессиональным образованием в этой области.

Реализация этих целей в значительной степени руководил деятельностью Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Дальнейшее развитие системы подведомственных образовательных учреждений.

Система профессиональной подготовки кадров для государственной службы, должна быть представлена:

- определенными учебными программами, ориентированными на государственное управление (в частности, обязательными специализациями должны быть отдельные государства направлениям: государственно-правовой, государственной, экономической, государственной и финансовой, и т. д.);
- специальные государственные стандарты по отдельным специализациям (государственный стандарт должен выражаться и в установлении объема нагрузки, и в определении содержания программ, связанного с новыми тенденциями государственного управления, и опыт в этой сфере, и принципах методологического обеспечения учебных курсов);
- учебные заведения получили право обучения в государственном секторе (в знак признания конкретных образовательных учреждений, особый статус должен быть основан на принципе тесного сотрудничества с органами государственной власти, подчинения целей государственной службе) [1].

Вне зависимости от схожести ключевых образовательных проектов в различных государствах, существуют значительные различия позволяют говорить о каких-то разных подходах к обучению гражданских служащих.

Для начала рассмотрим англо-саксонской системе, следует отметить, что эта модель принимается в российских вузах. Специфика научно - организационной деятельности является ориентация на экспертное сопровождение и анализ, подготовка политических и экономических решений в сфере государственного регулирования, чем научно-исследовательские проекты строю.

Модель образования в США характеризуется высокой степенью интеграции научно-исследовательских аспектов в образовательном процессе.

В Германии есть ряд высших учебных заведений, готовящих специалистов для государственной службы. "Госслужба" в Германии имеет достаточно широкие рамки, и подготовка чиновников охватывает все отрасли, принадлежащие государству. Обучение в Федеральной школе длится 3 года, в том числе 1,5 года учится в классе, за 1,5 года практики в этой области. Из 314 немецкие вузы и подготовки управленческих кадров для гражданской службы в 26 школах. В университетах 76% от общего числа немецких студентов, а высшие школы для подготовки управленческих кадров — 3-5% [2].

Наряду с вузами, участие в первичной подготовке госслужащих высокого ранга, в Германии имеется система учебных заведений, в которых обучение и повышение квалификации имеющихся сотрудников государственной службы.

Таким образом, профессиональная подготовка государственных и муниципальных служащих в настоящее время, без сомнения, не в состоянии быть продуктивным при отсутствии адекватного научно-методического обеспечения, отсутствие организации усилий в этом направлении преподавателей, научных работников, государственных и муниципальных служащих.

Таким образом, повышение квалификации государственных и муниципальных служащих в настоящее время, в отсутствии сомнения, не может быть эффективной без соответствующего научно-методического обеспечения, без объединения усилий педагогов, ученых, государственных и муниципальных служащих.

Профессиональное развитие государственных и муниципальных служащих в настоящее время, без сомнения, не может быть эффективной без соответствующего научно-методического обеспечения, без объединения усилий преподавателей и научных сотрудников самих государственных и муниципальных служащих.

Следует также отметить, что не полностью реализовали программу, которую очень сложно привыкнуть в рыночной системе в Российской Федерации.

В этой статье можно сделать вывод, что вы можете комбинировать в некоторых областях, чтобы позаимствовать опыт подготовки государственных служащих в зарубежных странах. И сочетание, чтобы создать программы для обучения государственных служащих в России.

Список литературы:

1. Научно–политический журнал «Государственная служба», Программа подготовки кадров для государственной службы, № 6 (38), 2005. – С. 145 - 150.
2. Российская газета.- М., от 23 ноября 2014.
3. Магомедов К. О., Турчинов А. И. Государственная служба и

кадровая политика: теория и практика: Информационно - аналитические материалы по результатам социологических исследований, проведенных кафедрой государственной службы и кадровой политики Российской академией государственной службы при Президенте Российской Федерации в 2010 – 2011 гг. Ульяновск, 2013.

4. Официальный сайт Академии государственного и муниципального управления при Президенте Республики Татарстан. <http://igs.tatar.ru>

Хапаева А. Ш.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Лайпанова Д. Б., к. пол. н., доцент,

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

СЛОЖНОСТИ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД

Государственные закупки представляют собой систему размещения заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг. Контрактная система в сфере закупок для государственных и муниципальных нужд уже на первоначальных этапах своего применения столкнулась с некоторыми проблемами. Во-первых, необходимо подчеркнуть уже ставшие традицией для множества официальных порталов страны технические проблемы. Весьма много жалоб, которые связаны с неудовлетворительной работой портала закупок и существованием ошибок в формах документов. Системы автоматизации не успевают за изменениями в нормативно-правовой базе. Некоторые операции необходимо делать вручную, а это в свою очередь занимает слишком много времени. В связи с этим для обеспечения эффективной работы контрактной системы необходимо способствовать быстрому развитию автоматизации официального сайта и региональных систем.

Следующей проблемой является тот факт, что на сегодняшний день для того, чтобы оформить размещение соответствующей закупки необходимо большое количество времени. Одно лишь определение начальной максимальной цены контракта при помощи официального сайта занимает около получаса. Как показывает практика одна закупка может включать не один десяток позиций.

Третья проблема предопределена недоработкой нормативно-правовой базы контрактной системы. Недоработка нормативно-правовой базы дает стимул росту коррупционных рисков и угроз злоупотребления

властью. Согласно статье девятой Конвенции ООН «О противодействии коррупции» для сокращения коррупционных рисков должна быть выработана правовая среда, однако только с сохранением простоты правового регулирования. Несомненно, средства правовой защиты для всех участников контрактных отношений обязаны носить прозрачный, эффективный и недискриминационный характер, давая возможность заинтересованным частным субъектам отечественного прокьюрента оспорить нарушения, представляющие во время закупочного процесса, к которому они проявляют интерес. Заслуживает внимание тот факт, что отечественный административно-юридический механизм регулирования отношений в сфере государственных закупок по большей части регламентируется подзаконными актами органов исполнительной власти. В связи с этим, подзаконные акты органов исполнительной власти с позиции юридической техники обязаны, однако не всегда обеспечивают простое, понятное и методически обеспеченное соблюдение национального законодательства по развитию и повышению эффективности государственных закупок. С точки зрения специалистов, современная система подзаконных актов недоработана по ряду причин которые выражаются в: формальном контроле за ходом воплощения государственных программ; недостатке целостной методики оценки эффективности; обще информативном характере мониторинга; неполной проработке методологии проведения экспертной оценки; несогласованность сроков обработки и предоставления статистических данных, на основе которых рассчитываются показатели государственных программ, срокам проведения оценки эффективности реализации государственных программ и формированию проекта закона о бюджете.

Четвертая проблема следует из предыдущей, и связана с несовершенством системы контроля и надзора за исполнением контрактов. Между органами государственной власти (Министерство финансов, Министерство экономического развития, Федеральная антимонопольная служба) выполняющих контроль и надзор в отечественной системе прокьюрента возникают существенные противоречия заинтересованных в определении правовой, практической и контрольной сферы деятельности ведомств государственной контрактной системы. Такие противоречия ослабляют механизм государственного управления в сфере государственных закупок и уменьшают его результативность. В связи с этим, считаю вынужденным сосредоточить весь объем полномочий по контролю и надзору за контрактной системой в рамках деятельности одного государственного органа. Совокупный и систематический контроль за всем циклом закупок, сделает возможным не только устранение технических сбоев работы системы, но и своевременность выявления фактов злоупотребления властью [1].

Законом о контрактной системе, к примеру, были введены новые

термины и обозначения, среди которых, прежде всего, необходимо акцентировать внимание на понятии «контрактная система», представляющая собой «объединение участников контрактной системы». Из этого следует, что в отечественном законодательстве контрактная система изучается сквозь перечисление ее участников. В то же время, не совсем правильно представлять определенную систему только как ее участников. Больше всего вероятно, что это понятие было заимствовано из законодательства Соединенных Штатов Америки. Как упоминается в соответствующих источниках, «в Соединенных Штатах Америки была создана Федеральная контрактная система, сосредотачивающая организацию закупок по выполнению множества государственных программ». Во всяком случае, необходимо подчеркнуть, что федеральная контрактная система в Соединенных Штатах Америки не ограничивается только указанием ее участников, а воспринимается значительно шире. К примеру, федеральная контрактная система воспринимается как закупочная деятельность в целом, в связи с этим представляется правильным воспроизведение подхода, господствующего в Соединенных Штатах Америки.

Нельзя не акцентировать внимание на еще одном нововведении Закона № 44-ФЗ — гл.2 «Планирование». Таким образом, планирование было выделено в качестве отдельного этапа закупок для государственных и муниципальных нужд, предусматривающий разработку, утверждение и ведение планов закупок и планов-графиков закупок. По сравнению с ранее действовавшим Законом № 94-ФЗ контрактная система в сфере закупок, таким образом, предполагает создание дополнительного документа. Тем не менее, анализ положений функционирующего законодательства, к примеру, глава 2 Закона № 44-ФЗ поднимает вопрос, в чем же собственно отличие между планом закупок и планом-графиком закупок. Создаются планы закупок, таким же образом, что и планы-графики закупок, заказчиками согласно федеральному закону о бюджете. Имеется в виду, что значительная роль отводится плану закупок, а план-график всего на всего следует из плана закупок и формируется согласно плану закупок.

Из этого следует, что особой разницы между данными документами не существует. Кроме того, что план-график детализирует и немного дополняет план-закупки некоторыми показателями. Собственно, для чего же было необходимо учитывать два документа с похожим содержанием. В таком случае, уместно было бы сохранить положения, действовавшего ранее Закона № 94-ФЗ [2].

Следующим моментом, на который необходимо обратить внимание при анализе Закона о контрактной системе № 44-ФЗ является единая информационная система, создание и ведение которой предусматривает вышеназванный Закон. В качестве главных целей единой информационной

системы называются, к примеру, сбор, обработка и хранение информации о государственных и муниципальных закупках. Несомненно, создание и введение в действие данной системы является правильным и эффективным новшеством. Но, тем не менее, на сегодняшний день, сохраняется абсолютная неопределенность касательно функциональности этой системы. Несмотря на то, что система так сказать, уже и введена в действие, но, тем не менее, остается непонятным вопрос, насколько упорядочена работа данной системы и удалось ли, в конечном счете, преодолеть уже ставшие традицией для множества официальных порталов страны технические проблемы.

Следующим препятствием на пути эффективного функционирования Закона № 44-ФЗ является сложностью процедур размещения заказов.

Кроме того, необходимо сказать о низкой эффективности общественного контроля и экспертизы государственных закупок. Половина заказчиков не учитывают рекомендации экспертов, воспринимая их не как помощников, а наоборот, как неудобное обстоятельство, с которым приходится считаться. Нельзя не подчеркнуть еще и тот факт, что количество экспертов невелико.

С введением контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд быстро увеличилось количество документов, которые связаны с государственными закупками, которые обязаны разрабатывать заказчики. Например, с 2016 года необходимо составлять не только однолетние планы-графики, но и трехлетние планы закупок, содержащие намного больше информации. Более того, закупку у единственного поставщика следует обосновывать в документально оформленном отчете, в котором необходимо подтвердить невозможность или нецелесообразность использования иных способов закупки. Также обязательно заполнение специальной отчетности по каждому контракту или же его этапу.

Кроме того, с введением в действие нового закона у заказчиков возникли дополнительные расходы, которые связаны с потребностью привлекать экспертов для приемки товаров, работ, услуг, а также при оценке заявок от участников закупки.

В заключение, необходимо подчеркнуть, что Закон № 44-ФЗ имеет своей целью усиление контроля за расходованием бюджетных средств и всеобщее раскрытие информации о расходах государственного заказчика. Какие результаты в конечном итоге покажет применение нового закона, станет ясно через какое-то время, а на сегодняшний день остается лишь надеяться, что он обеспечит эффективное расходование средств бюджета [3].

Список литературы:

1. Специальный выпуск «О контрактной системе в сфере закупок

товаров, работ и услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Обзор изменений системы государственных закупок» // СПС «Консультант Плюс».

2. Акулич Е.И. Актуальные проблемы совершенствования нормативной правовой основы регулирования государственных закупок // Российское предпринимательство. - 2015. - № 4 (274).

3. Косарев К.В. Некоторые проблемы Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Право и экономика. 2013. № 7.

Чотчаева А. Х,
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Бежанов М. К., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМУПРАВЛЕНИЯ КЧР

В настоящее время большое внимание уделяется необходимости увеличения качества и эффективности государственного и муниципального управления, также оценке эффективности деятельности органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления.

Эффективность деятельности органов местного самоуправления необходимо рассматривать как степень соответствия результатов деятельности по решению вопросов местного значения поставленным целям и задачам. В процессе управления проведение оценки является необходимым элементом, которое позволяет получить данные о результатах и проблемах управления и достижении плановых показателей в деятельности органов местного самоуправления, а также является требованием ст. 18.1 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ».

В соответствии со статьей:

оценка деятельности органов местного самоуправления должна проводиться по утвержденным показателям и в установленной форме;

порядок утверждения перечня показателей определяется Президентом РФ;

субъекты РФ могут оказывать содействие в целях достижения наилучших показателей, а также в качестве поощрения, предоставляя за

счет средств регионального бюджета гранты муниципальным образованиям.

Государственные органы, соприкасаясь с внешней средой, обязаны быть и внутренне эффективными. В этом и заключается успешное функционирование. Общую эффективность Питер Фердинанд Друкер охарактеризовал, как делать нужные вещи. Мысль можно продолжить: «Делать нужные вещи, используя нужные ресурсы, в нужное время, нужным способом, для удовлетворения потребностей определенного потребителя».

Схемы деятельности, которые в качестве обязательных компонентов включают мотив, побуждающий к действию, цель - представление о будущем результате деятельности, а также и средство ее достижения, ставятся в основу оценки деятельности органов государственного и муниципального управления. Для перехода от общей схемы деятельности и модели ее эффективности в последнюю необходимо включить фактический результат. Теперь возникает вопрос: от чего зависит результативность функционирования органов государственного и муниципального управления?

Эффективность работы этих органов зависит от следующих факторов: качества целеполагания, силы и направленности мотиваций, (побуждающих членов организации к достижению целей), адекватности выбранных стратегий поставленным целям, объема и качества вовлекаемых в процесс управления государственных и частных инвестиционных ресурсов.

Первые три фактора характеризуют стратегический аспект эффективности деятельности, а последний - тактический.

Органы местного самоуправления, в силу своей природы имеют определенные общие черты, как с государственным управлением, так и с бизнес структурами в их консолидированном варианте.

Очевидно, что для эффективной деятельности органов местного самоуправления учет такого фактора как качество целеполагания просто необходим. Муниципалитет ставит цели не только перед администрацией муниципального образования, но и перед обществом в целом.

Если вести речь о целях и задачах муниципального управления, достижение которых, говорит об эффективности деятельности муниципальных органов, то цель - это повышение уровня жизнеобеспечения населения муниципального образования. Для этого муниципальное управление решает следующие задачи: создает социальную инфраструктуру, стабилизирует экономику, регулирует социально-экономические процессы, поддерживает экологическую обстановку.

На сегодняшний день можно заметить пренебрежительное отношение муниципальных властей в области постановки целей. Как правило,

цели, которые хочет достигнуть муниципалитет, имеют отчасти декларативный характер, в них словно изначально заложено нежелание, неспособность администрации исполнять задуманное. Одним из распространенных примеров являются планы стратегического развития муниципальных образований. Муниципальным же властям они необходимы только для того, чтобы максимально продлить срок своих полномочий.

Необходимо мотивировать муниципальных служащих, повышая их организационную культуру. Существует два пути влияния культуры на организационную жизнь: культура и поведение взаимно влияют друг на друга и культура воздействует не столько на то, что люди делают, сколько на то, как они это делают.

Данный вопрос весьма актуален для государственных служащих, так как они могли бы более продуктивно выполнять свою работу при наличии определенных мотивационных структур.

А что касается адекватности, непосредственно, выбранных стратегий поставленным целям, то возникает вопрос о качестве и своевременности поставленных целей. Планы стратегического развития муниципальных образований органы местного самоуправления разрабатывают сами. В некоторых случаях, цели, заявленные, в этих планах зачастую не соответствуют стратегии муниципального образования.

В соответствии со ст.15 Федерального закона от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.12.2017) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.03.2018) к вопросам местного значения муниципального уровня относятся:

- создание условий для предоставления транспортных услуг населению и организация транспортного обслуживания населения между поселениями в границах муниципального района;
- организация охраны общественного порядка на территории муниципального района муниципальной полицией;
- организация предоставления общедоступного и бесплатного начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования по основным общеобразовательным программам;
- создание условий для обеспечения поселений, входящих в состав муниципального района, услугами по организации досуга и услугами организаций культуры;
- создание условий для развития сельскохозяйственного производства в поселениях, расширения рынка продукции;
- обеспечение условий для развития физической культуры и массового спорта и т.д.³.

³[Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.12.2017) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.03.2018)]

Так как круг вопросов, которые решают местные органы муниципального уровня очень широк, эффективность работы можно ставить под сомнение, но только в отдельных сферах деятельности: здравоохранение; жилищные вопросы; труд и заработная плата.

Именно в пределах собственных полномочий и предметов ведения органы местного самоуправления могут строить свои планы, перспективы и достигать их.

В связи с этим, хотелось бы обратить внимание на важные события, произошедшие в Карачаево-Черкесии в течение 2017 года, оказавшие значительное влияние на социально-экономическое развитие региона, конкретных населенных пунктов, и в свою очередь, так или иначе, отразились на судьбе каждого жителя субъекта: в Карачаево-Черкесии началось строительство и реконструкция 12 домов культуры в сельской местности, в 2017 году реконструировано 17,7 км и отремонтировано – 32,8 км дорог регионального и межмуниципального значения, завершены работы по созданию доступности на 15 приоритетных объектах здравоохранения, социальной защиты, культуры, физической культуры и спорта, транспортной инфраструктуры, идет реализация ряда инвестиционных проектов – закладка фруктовых садов интенсивного типа на площади 500 гектаров, также в рамках государственной программы "Развитие Северо-Кавказского округа до 2025 года" идет газификация отдаленных поселений.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.12.2017) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.03.2018).
2. Черкасов В.В. Проблемы риска в управленческой деятельности. 2-е издание, переб. и допол. М.: "Рефл-бук", 2002.-139 с.
3. Кузнецова Е.М. Местное самоуправление и социальная работа Омск: ОмГТУ 2010. - 39 с.
4. Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: 9-е изд. — М.: монография / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. - М.: Дашков и Ко, 2013.-293 с.

«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА»

Аджиева А.З.

*Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск*

Узденова Ф.М., к. э. н., доцент

*Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск*

АНАЛИТИЧЕСКИЙ И СИНТЕТИЧЕСКИЙ УЧЕТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Понятие основные средства встречается во всех сферах экономики. Практика хозяйствования экономических субъектов показывает, что результативность производственно-хозяйственной деятельности во многом зависит от состояния и организации их учета.

Основные средства через экономический механизм амортизации, а также затрат на их ремонт участвуют в формировании себестоимости товаров (работ, услуг) и финансового результата деятельности организации. На финансовый результат оказывают значительное влияние и операции по выбытию основных средств. Поэтому, для обеспечения достоверности информации, содержащейся в финансовой отчетности, организации должны вести учет операций с основными средствами в строгом соответствии с нормативными документами.

Для осуществления производственной деятельности организациям необходимы основные средства. Они многократно принимают участие в производственном процессе, перенося частично свою стоимость на продукцию, не меняя при этом своей вещественно - натуральной структуры. Учет основных средств имеет существенное значение. Достоверность бухгалтерской отчетности зависит, в том числе, и от того верно или нет отражены операции с основными средствами.

Основные средства – это все имеющееся имущество предприятия, со сроком эксплуатации свыше 1 года в целях производственного процесса, оказания услуг или выполнения тех или иных видов работ. Критерии, по которым активы можно отнести к основным средствам и в текущем году остались прежними. Они имеют следующую особенность:

- предназначены для производства, аренды, оказания услуг и осуществления работ;
- применяются более 12 месяцев;
- не предусматривают дальнейшую перепродажу;

- приносят предприятию экономическую выгоду[1].

В том случае, если срок использования активов менее 12 месяцев, то они отражаются на счете 10 «Материалы» и после передачи в производство сразу списываются на затраты. В бухгалтерском учете актив становится основным средством в том случае, если его общая стоимость превышает 40 000 руб.[2, п. 5].

Аналитический учет основных средств на предприятии проводится по отдельным установленным инвентарным объектам. Главным регистром оформления аналитического учета всех основных средств выступают инвентарные карточки. На лицевой стороне всех инвентарных карточек вписывают: номер объекта; год постройки; номер и дату акта о приемке; место расположения; первоначальную стоимость сооружения; норму и сумму амортизационных отчислений; перемещение внутри предприятия; причину выбытия[2].

На обратной стороне инвентарных карточек предоставляются сведения о дате и расходах по достройке, дополнению к оборудованию, реконструкции и модернизации данного объекта, произведенных ремонтных работах и краткая индивидуальная характеристика самого объекта.

Инвентарные карточки могут применяться для группового учета однородных предметов, которые имеют одинаковую техническую особенность, равноценность по стоимости, одинаковое производственно-хозяйственное предназначение и поступление в эксплуатацию в одном и том же календарном месяце.

Для учета основных средств предназначен счет 01 «Основные средства». Счет 01 «Основные средства» необходим для обобщения информации о наличии и движении основных средств организации, которые находятся в эксплуатации, в аренде, запасе, на консервации, доверительном руководстве[3].

Таблица 1 - Счет 01 «Основные средства»

Дебет	Кредит
Сальдо(начальное) – остаток основных средств на начало отчетного периода (по первоначальной (восстановительной) стоимости). Поступление основных средств (по первоначальной стоимости). Увеличение первоначальной стоимости основных средств в результате модернизации, реконструкции и т. п.	Выбытие основных средств (по первоначальной стоимости с подразделением на сумму накопленной амортизации и остаточную стоимость). Уменьшение первоначальной стоимости основных средств в результате переоценки.

Оборот по дебету	Оборот по кредиту
Сальдо (конечное) – остаток основных средств на конец отчетного периода (по первоначальной (восстановительной) стоимости)	

Основные средства отражаются в бухгалтерском учете на счете 01 «Основные средства» по первоначальной стоимости. Объект основных средств, который находится в собственности двух или более фирм, отражается каждым предприятием на счете 01 «Основные средства» в определенной доле.

Поступление актива осуществляется следующими бухгалтерскими записями:

Д-т 08 К-т 60 (10, 70, 69) - принятие расходов к учету, предназначенные для приобретения или создания основных средств;

Д-т 19 К-т 60 - определен входящий НДС;

Д-т 01 К-т 08 - сформирована первоначальная стоимость основных средств [4].

Если основное средство нуждается в монтаже, то в проводках будет учтен счет 07 «Оборудование к установке». Обычно он используется строительными фирмами. Счет формирует информацию об оборудовании, которое нуждается в технологической установке, подключении к сетям и коммуникациям и подлежащий монтажу в строящихся помещениях. После полного сбора затрат на счете, сумму монтируемого основного средства списывают в Дебет счета 08 (Д-т 08 К-т 07). Далее используется тот же самый алгоритм: со счета 08 суммы списывают на счет 01, сформировав при этом первоначальную стоимость актива. Для учета амортизации используется счет 02 «Амортизация основных средств».

Таблица 2 - Счет 02 «Амортизация основных средств»

Дебет	Кредит
	1. Сальдо – величина износа основных средств на начало периода
3. Износ по выбывшим основным средствам.	2. Износ по поступившим основным средствам. Начисление износа по действующим основным средствам.
	4. Сальдо – величина износа основных средств на конец периода.

Бухгалтер каждый месяц формирует записи:

Д-т 20 (23, 25, 26, 29, 44)

К-т 02 - начислена амортизация по основным средствам.

В том случае, если модернизацию осуществляет сторонняя организация-подрядчик, то затраты по данным работам отражают по

дебету счета 08 и по кредиту счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». В данном случае формируют проводки:

Д-т 08 К-т 60 - отражается стоимость работ подрядчика;

Д-т 19 К-т 60 - выделяется НДС.

Если же работы производятся самостоятельно предприятием, то затраты по дооборудованию оформляются на счете 08 в корреспонденции со счетами учета затрат (10, 70, 69 и т. д.). При этом делаются записи:

Д-т 08 К-т 10 (70, 69 и т. д.) - отражены затраты на модернизацию основных средств.

По завершении работ суммы, накопленные на счете 08, списывают в Дебет счета 01, увеличивая, при этом, величину первоначальной стоимости актива.

В том случае, если фирма продает основные средства, она в обязательном порядке отражает в учете стоимость реализации актива и первоначальную стоимость за минусом амортизации (остаточная стоимость). При этом проводятся следующие записи:

Д-т 62 К-т 91 - выявляется доход от продажи;

Д-т 91 К-т 68 - определяется НДС;

Д-т 02 К-т 01 - списывается амортизация;

Д-т 91 К-т 01 - списывается остаточная стоимость.

Право на собственность на тот или иной актив приобретается только на основе сформированного акта (форма № ОС-1). Если объектом продажи выступает недвижимость, то датой осуществления перехода права становится дата государственной регистрации.

В случае необходимости ликвидации бухгалтер формирует акт о полном списании (форма ОС-4), учитывает и списывает остаточную стоимость как прочие расходы:

Д-т 02 К-т 01 - списывается накопившаяся амортизация;

Д-т 91 К-т 01 - списывается величина остаточной стоимости основных средств.

Если основное средство в полной мере самортизировалось, то его остаточная стоимость приравнивается к нулю, и на получение экономического результата данное выбытие актива никаким образом не повлияет.

Важные изменения в 2018 году в области учета основных средств повлияли на предприятия, которые имеют право вести упрощенный учет. Для них были введены пункты, которые предоставляют такие права: стоимость приобретенных основных средств может быть сформирована по цене, уплаченной поставщику и организации по установке (если установка не была включена в договор поставки), а также стоимость самостоятельно изготовленных основных средств формируется по цене, уплаченной подрядчикам и аналогичным организациям. Оставшиеся затраты могут быть сразу отнесены на расходы по обычным видам деятельности.

Начислять амортизацию производственного и хозяйственного имущества сразу при вводе в эксплуатацию в размере всей первоначальной стоимости объекта. Эти нововведения позволят снизить налог на имущество предприятий на ОСНО. А упрощенцам позволят в некоторых случаях не превышать предел стоимости, позволяющий оставаться на УСН. полезного использования, отличными от старого классификатора.

Основные средства играют огромную роль в трудовом процессе, в совокупности они образуют производственную и техническую базу и определяют производственные мощности предприятия. В течение длительного периода использования основные средства вводятся в эксплуатацию, изнашиваются, подвергаются ремонту, с помощью которого восстанавливаются их физические свойства, перемещаются внутри предприятия.

Таким образом, деятельность любой организации, вне зависимости от его общественной формы, невозможно представить без наличия и эффективного применения средств производства, ведущую долю которых составляют основные средства. Это есть имущественные активы, которые фирма использует в целях применения в процессе производства или поставки продукции, сдачи в аренду, оказания услуг или для проведения административных и социально-культурных мероприятий.

Список литературы:

1. Основные средства в бухгалтерском и налоговом учете в 2018 году. – ГлавБух. – 2018. - [Электронный ресурс]. URL:<https://www.glavbukh.ru/art/92405-osnovnye-sredstva-v-uchete> (дата обращения 05.06.2018)
2. Приказ Минфина России от 30.03.2001 N 26н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет основных средств" ПБУ 6/01"
3. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению"
4. Учет основных средств - бухгалтерские проводки. - Учет ОС и НМА. – 2018. - [Электронный ресурс]. URL:http://nalog-nalog.ru/uchet_os_i_nma/uchet_osnovnyh_sredstv_buhgalterskie_provodki/ (дата обращения 05.06.2018)

Айденова З. Б.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Абдокова Л. З., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

В современных условиях практически каждому человеку известно, что развитие любого из направлений бизнеса невозможно без одной из его основных составляющих, а именно, маркетинга. Практический опыт показал, что распространением и продвижением товаров не всегда заняты специальные отделы крупных и не очень компаний. Поэтому бизнес применяет несколько иную схему для сбыта своей продукции - сетевой маркетинг.

Multi-Level Marketing, MLM – это многоуровневый (сетевой) маркетинг, в современных условиях как вид бизнеса он развивается довольно активно. Как известно, основателем MLM-бизнеса считается Карл Ренборг. Он первым разработал идеи, которые после превратились в целую индустрию с огромными многомиллионными оборотами. Ренборг начал активно работать над созданием пищевых добавок. Самостоятельно реализовать их было достаточно сложно, в связи с чем он предложил своим знакомым предоставлять информацию о биодобавках, при условии успешных продаж пообещал выплачивать комиссионные.

Необходимо отметить, что продвижения продукции и осуществления этой деятельности не нужен магазин, а товары можно реализовывать с помощью знакомых и друзей, которые по сути выступали в роли агентов, занимающихся розничным сбытом продукции. Можно сказать, что именно с этих событий и началась история сетевого маркетинга. Так, в 1934 году К. Ренборгом была основана первая крупная компания California Vitamins, в которой ней потребитель продукции впоследствии становился ее дистрибьютором. MLM-фирма полностью обеспечивала сетевиков товарами, своевременно выплачивала комиссионные. Так в MLM появилось новое определение – одноуровневый маркетинг [2].

Сетевой маркетинг - концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих аналогичные права [1].

Современная действительность и практическая деятельности показала, что число дистрибьюторских компаний, специализирующихся на MLM, с каждым годом возрастает. MLM-бизнес развивается быстрыми темпами, его разновидностей с каждым годом становится больше.

В современной деятельности выделяют основные виды сетевого маркетинга:

- слоеный (самый популярный, адаптированный к рынку России, его яркий пример – компании, реализующие косметику – Faberlic, Oriflame и т.д.), суть которого состоит в том, что в основе концепции фирмы лежит работа определенных прослоек сотрудников нескольких уровней;
- пирамида - существуют основатели, которые находят несколько человек, реализующих услуги и товары, они впоследствии находят еще несколько человек и контролируют их деятельность, и так до бесконечности [3].

В настоящее время, фирм, которые специализируются на MLM-бизнесе, много. Они реализуют косметику, химию, бытовую технику, товары для дома, другую продукцию. Подробный список сетевых компаний, успешно функционирующих в России, приведен на сайте Mlmbaza, самые популярные: Лайф; Орифлейм, «Сибирское Здоровье»; Фаберлик; Avon; Neways; Vitamax; Лурк; Pravda [4].

Попробовать свои силы в multi level marketing бизнесе может любой человек. Сегодня компании предоставляют возможность обучения сетевому маркетингу, однако освоить эту профессию могут далеко не все. Практика показала, что дистрибьютор компании MLM должен прежде всего, уметь организовывать сбыт продукции, а также составлять схемы наиболее эффективного распределения услуг и товаров. С уверенностью можно сказать, что эта профессия обязывает привлекать новых партнеров, расширять клиентскую базу (network), грамотно применять интеллектуальные ресурсы, рационально использовать сеть, налаживать такую систему, которая будет способна приносить доход непосредственно фирме и самому сетевому.

Важно отметить и обратить внимание на основной принцип работы российских компаний MLM - сначала человек проходит собеседование, на котором его знакомят с дальнейшими перспективами, затем человеку говорят о том, что он должен привлекать новых людей, чем больше их число, тем больше его доход. При этом новые сотрудники, становясь дистрибьюторами фирмы, самостоятельно ее продвигают, за что получают комиссионные.

В этой связи можно определить основные правила, на которых сегодня базируется и осуществляется MLM-бизнес:

- равенство для всех;
- помощь другим;
- минимальные затраты при вхождении;
- наличие остаточного дохода;
- структура пирамиды.

Как известно, через Интернет продукция продвигается через

платформы, собственные сайты, различные информационные группы, блоги, интернет-сообщества. Поэтому, приоритетная задача дистрибьютора – это найти целевую аудиторию, создать эффективную информационную сеть сбыта, постоянно ее совершенствовать и развивать.

Возможность ведения собственного сетевого бизнеса в интернете имеет свои определенные преимущества, такие как:

- ведение дела, находясь в любой точке земного шара;
- привлечение потенциальных партнеров с любых регионов, городов и стран;
- множество информационных программ, способных оказать оперативную помощь в решении различных организационных вопросов, проведении обучения и тренингов;
- продажи через интернет-магазины с интегрированной корзиной заказа;
- обучение в режиме «онлайн».

Соответственно, можно сказать, что для того чтобы достичь успеха в этом современном бизнесе, а в сетевом особенно необходимо соблюдать следующие правила:

- быть коммуникабельным человеком;
- уметь заинтересовывать, преподносить продукцию ярко и необычно;
- активно привлекать к делу новых людей;
- стремиться совершенствовать себя и повышать интеллектуальный уровень;
- грамотно строить пирамиду, чтобы не только заработать комиссионные от продаж, но и обеспечить остаточный доход.

Как и любой бизнес, желание и возможность заниматься сетевым маркетингом, MLM важно четко понимать его преимущества и недостатки. Так к преимуществам MLM-бизнеса можно отнести отсутствие ограничений в возможности получения прибыли, получение финансовой свободы, это свой бизнес, возможность собрать дружелюбный коллектив и, что немаловажно – это возможность при налаживании бизнеса получать пассивный доход.

Однако при наличии многочисленных положительных характеристик, данный вид бизнеса не обходится и без негативных моментов. Основные недостатки – это нестабильность заработка, нервное напряжение (с этим справится только стрессо устойчивый человек), ответственность за других людей, необходимость покупать продукцию фирмы, регистрация в качестве предпринимателя, высокий уровень конкуренции. Так как сегодня в бизнес среде функционирует большое количество дистрибьюторов, это в свою очередь существенно осложняет работу в сетевом бизнесе и, поэтому поиск клиентов становится все

сложнее [5].

Возможность заниматься сетевым бизнесом есть практически у каждого, но работа в этом направлении подходит не для всех, так как она требует от человека проявления организаторских качеств и определенных коммуникативных способностей. Нужно быть хорошим психологом, ведь постоянно придется работать с живыми людьми, которым и для которых продвигается продукция. Сетевой маркетинг «на руку» крупным компаниям-производителям, которые в своей в процессе разработки и реализации маркетинговой политики стремятся использовать именно эту технологию продаж. Объясняется это тем, что производителям практически не приходится нести дополнительные затраты на содержание многочисленных не только складов, но и магазинов. Грамотно созданная сеть дистрибьюторов трудится на самоподдержке и самообеспечении. Благодаря этому производители способны реализовывать свою продукцию по сравнительно низким ценам, которые также обеспечивают доходы всем независимым дистрибьюторам.

Таким образом, можно сказать, что маркетинг, прежде всего, подразумевает продвижение товаров и услуг, Multi-Level - представляет многоуровневую систему оплаты, соответственно MLM – система продвижения товаров и услуг с многоуровневой системой вознаграждения. Смело можно говорить о том, что в современной действительности сетевой маркетинг выступает как уникальный вид бизнеса, который способен приносить его организаторам и лидерам миллиарды. При этом сотрудничество с компанией сетевого маркетинга даст грандиозную возможность практически любому человеку создать свой индивидуальный MLM бизнес, где доход будет напрямую зависеть от вложенных сил человека, его умения находить новых деловых партнеров и соответственно продавать товар или услугу, при минимальных вложениях финансовых средств. Сетевой маркетинг- это веяние современного бизнеса, рынка и времени.

Список литературы:

1. <http://www.encyclopedia.com/doc/1G2-2687200391.html> «Multilevel Marketing». Encyclopedia of Small Business. 2007. Encyclopedia.com
2. Ефремов Н. «Настольная книга сетевого» – Ростов н/Д.: «Феникс» 2003. – 320 с.
3. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. – М., 2006. – 289 с
4. <http://www.mlmbaza.com/companies> информация с сайта.
5. Тяпухин А. П. Многоуровневый сетевой маркетинг. – М.: Маркетинг, 2005. – 470с.

Байрамукова Х.С-Х.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Суюмбаева Р. А., к. э. н, профессор
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Инновационный проект - сложная система взаимообусловленных и взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, которые направлены на достижение поставленных целей и задач по приоритетным направлениям в развитии науки и техники [1, с. 388].

Финансирование инновационных проектов включает в себя вопросы об инвестициях в создание новых продуктов и технологий, финансировании государством инновационной деятельности и ее инструментов, бюджетном финансировании инновационной деятельности и бюджете развития, о затратах на инновационные проекты. Рассмотрим методы коммерческого финансирования инновационной деятельности [3, с. 39].

На сегодняшний день источниками финансирования инновационных проектов могут выступать организации, различные финансово-промышленные объединения, предприятия малого инновационного бизнеса, некоторые инвестиционные и инновационные фонды, органы местного управления или частные лица. Все они являются частью хозяйственного процесса, так или иначе способствующие развитию инновационной деятельности. В передовых странах мира финансирование инновационных проектов осуществляется как из государственных, так и из частных источников.

С недавнего времени уменьшились размеры государственного финансирования, недостаток собственных средств у компаний и отсутствие профессиональных навыков у их аппарата управления не восполняются, с помощью притока частного капитала [4, с. 56].

По видам собственности источники финансирования подразделяются на:

- государственные инвестиционные ресурсы, например бюджетные средства, средства внебюджетных фондов, государственные заимствования, пакеты акций, имущество государственной собственности;
- инвестиционные, в число которых входят финансовые, ресурсы хозяйствующих субъектов, в том числе общественных объединений и физических лиц и т.д.

Это инвестиционные ресурсы коллективных инвесторов, в том числе

страховых организаций, инвестиционных фондов и фирм, негосударственных пенсионных фондов. Сюда, в том числе, относятся собственные средства организаций и кредитные займы коммерческих банков, других кредитных компаний и инвестиционных банков, специально уполномоченных правительством. Внутренние текущие затраты на инновационную деятельность подразделяются на следующие группы: фундаментальные исследования, прикладные исследования и разработки, реализация спроектированных нововведений. На основе этих данных определяется потребность в капитале. Привлечение средств согласовывается со сроками реализации инновационного проекта.

Конечная сумма финансирования инновационного проекта устанавливается из средств, которые необходимы на проведение следующих мероприятий:

- финансирование затрат, направленных на техническое перевооружение, модернизацию и увеличение производственных мощностей;
- финансирование затрат по подготовке и освоению новой и модернизированной продукции, изготовлению опытных образцов, разработке новых прогрессивных технологических процессов;
- проведение НИОКР, затраты на приобретение продвинутого оборудования и новых приборов;
- восполнение издержек на выпуск новой продукции вовремя ее освоения.

Выделяют прямые и косвенные методы финансирования инновационных проектов [3, с. 36].

Самыми распространенными среди источников прямого финансирования считаются следующие.

1) Банковский кредит. Бизнес-планы инвестиционных проектов разрабатываются самостоятельно организациями. Задача банка перепроверить расчеты и сделать выводы. В случае, когда банк принимает решение о выдаче кредита, то между банком и организацией заключается кредитный договор.

2) Инновационный кредит. На выдаче инновационных кредитов специализируется деятельность инновационных банков, заинтересованных в внедрении новых изобретений, и инновационные фонды, оказывающие существенную поддержку инновационным компаниям, финансируя венчурные проекты.

3) Эмиссия ценных бумаг. Эмиссионное финансирование способствует привлечению средств для крупных вложений инновационных компаний. Чтобы привлечь дополнительные средства инновационная организация может разместить на рынке различные виды ценных бумаг: акции, облигации, векселя, производные ценные бумаги.

4) Привлечение средств под учреждение венчурного предприятия. Задача венчурного финансирования заключается в помощи росту

определенного бизнеса предоставляя необходимую суммы денежных средств в обмен на долю в уставном капитале организации или пакет ее акций.

5) Самофинансирование, которое может осуществляться двумя способами: за счет прибыли, которая распределяется на цели развития, или за счет амортизационного фонда.

6) Доходы от краткосрочных проектов для финансирования долгосрочных. Этот вид финансирования также известен под названием пакетирование долгосрочного инновационного проекта с краткосрочными коммерческими для поддержания масштабного инновационного проекта прибылью от реализации точечных проектов.

7) Реализация излишних и сдача в аренду освободившихся на время активов. Реализация излишних активов с инвестирование мне обходимых средств в осуществление проекта способствует увеличению капитала предприятия. Этот метод в процессе его использования постепенно трансформируется в самофинансирование.

8) Заклад имущества. Закладная - это документ, который определяет отношения между должником и кредитором. Это ценная бумага, вид долгового обязательства, согласно которому кредитор в случае не возмещения долга должником получает ту или иную недвижимость. В инновационной сфере данный документ оформляется в случае, когда заемщику предоставляется кредит, обеспечением которого является залог. Ипотека, к примеру, является одной из форм залога, согласно которой в качестве залогом могут служить земля и строения в целях получения ссуды.

9) Доходы от продажи ноу-хау. Есть две причины торговли лицензиями. Первая заключается в том, что некоторые передовые организации так уверены в своих силах и так быстро разрабатывают инновационный продукт, что они сразу же после создания новой технологии продают лицензии. В то время как конкуренты налаживают выпуск продукции, они разрабатывают новую технологию и снова будут вне конкуренции. Вторая причина заключается в том, что у организации не достаточно много ресурсов для самостоятельного выпуска конечного продукта, и они вынуждены продавать лицензии.

10) Форфейтинг - применяется тогда, когда у инновационной компании уже нет средств для приобретения какой-нибудь продукции в виде материалов или комплектующих, необходимых для внутрипроизводственного процесса. Потребитель ищет продавца товара, который ему нужен, и, заручившись предварительным согласием коммерческого банка (третий участник сделки), заключает договор о его поставке на условиях форфейтинга.

11) Факторинг представляет собой совокупность финансовых услуг, которые оказываются банком клиенту в обмен на уступку дебиторской задолженности. Для инновационной организации такими услугами могут

быть финансирование поставок материалов, страхование кредитных рисков, учет состояния дебиторской задолженности и регулярное предоставление соответствующих отчетов клиентам, контроль за своевременностью оплаты труда и работу с дебиторами. Финансирование поставок при факторинге предусматривает, что сразу после поставки продавцу банк выплачивает в качестве досрочного платежа большую часть общей суммы поставки.

Косвенные методы финансирования – это методы, обеспечивающие инновационные проекты необходимыми материально-техническими, трудовыми и информационными ресурсами.

1. Покупка в рассрочку или получение в лизинг необходимого для реализации проекта материалов и оборудования.

2. Приобретение лицензии с оплатой в форме роялти (процента от продаж конечного продукта, особенно по данной лицензии).

3. Размещение ценных бумаг с оплатой в форме поставок или получение в лизинг необходимых ресурсов.

4. Привлечение необходимых трудовых ресурсов и вкладов под проект в виде знаний, навыков и ноу-хау.

В инновационном проекте участие может принимать государство. С одной стороны, государство являясь непосредственным участником инновационного проекта может полностью оплачивать все издержки, связанные с его реализацией, не требуя при этом право на собственность и прибыль. С другой стороны, государство может получить все права на владение, пользование и распоряжение продукцией, созданной исполнителем, финансируя проект.

Однако, самым распространенным случаем в практике является инновационный проект, финансируемый совместно, когда право собственности на разработанный продукт принадлежит каждой стороне в зависимости от долевого участия каждого. В процессе осуществления инновационных проектов организациям важно помнить то, что инновационные проекты требуют вложения большого объема денежных средств, что приводит к участию в проекте нескольких инвесторов и процесс получения результатов от осуществления инновационных проектов может стать очень долгим, так как реализация инновационных проектов всегда сопровождается высоким уровнем риска и неопределенности [2, с. 102].

Таким образом, стоит отметить что, чем больше средств необходимо вложить в инновационный проект, тем больше рискуют инвесторы и тем больше срок получения положительных результатов, в виде прибыли от вложений.

Список литературы:

1. Баранчеев В. П. Управление инновациями [Текст]: учебник / В. П. Баранчеев, Н.П. Масленникова- М.: Юрайт, 2011 г. -711 с.

2. Быковский В. В. Управление инновационными проектами и программами [Текст]: учебное пособие / В.В. Быковский, Е.С. Мищенко, Е.В. Быковская и др. - Тамбов: Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2011 г. - 104 с.

3. Сергеев, В. А. Основы инновационного проектирования [Текст]: учебное пособие / В. А. Сергеев, Е. В. Кипчарская, Д. К. Подымало; под редакцией д-ра техн. наук В.А. Сергеева. - Ульяновск: УлГТУ, 2010 г. - 246 с.

4. Проскурин В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов [Текст]: Учебное пособие / В.К.Проскурин; Под ред. И.Я.Лукаевича; Финансовый универ. при Правительстве РФ - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014 г. - 112 с

Биджиева А. И.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Абдокова Л. З., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

РОЛЬ УПАКОВКИ ТОВАРА В МАРКЕТИНГЕ

Мы называем товаром все, что может удовлетворить нужду или потребность, и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. К товарам относятся не только материальные вещи. Товары включают в себя физические объекты, услуги, отдельных лиц, конкретные места, организации, идеи либо их сочетания.

При создании товара разработчику необходимо оценивать свой продукт, учитывая три различных уровня. Основной уровень – это товар по замыслу, который отвечает на вопрос: что в действительности приобретает покупатель? Товар по замыслу состоит из услуг, обеспечивающих решение задачи, либо основную выгоду, которое хочет получить потребитель, покупая данный товар. Женщина, которая покупает помаду, приобретает нечто большее, чем красящее вещество для губ. При разработке товара маркетологи должны определить основные выгоды, которые покупатель получит после приобретения товара.

Затем на основе товара по замыслу необходимо создать товар в реальном исполнении. Товар в реальном исполнении обладает пятью характеристиками: качеством, свойствами, внешним оформлением, названием марки и упаковкой. Например, видеокамера Handycam производства корпорации Sony – это товар в реальном исполнении. Его название, отдельные части, стиль, оформления, характеристики, упаковка и прочие атрибуты тщательно подобраны, чтобы донести до потребителя

основное преимущество данного товара – удобный и высоко качественный способ запечатлеть важные мгновения жизни.

И наконец, создатель плана распространения товара должен настроить товар по замыслу и товар в реальном исполнении товаром с подкреплением, предложив потребителям дополнительные услуги и выгоды. Следовательно, корпорация Sony и ее дилеры должны обеспечить покупателей видеокамеры SonyHandycam гарантией на узлы аппарата и качество изготовления, бесплатными пользования видеокамерой, рекомендациями по быстрому устранению неисправностей и телефонным номером, по которому можно бесплатно позвонить, если возникнут какие-либо проблемы или вопросы. Для покупателя все эти подкрепления становятся важной частью товара в целом [2].

Следовательно, товар превращается в нечто большее, чем в простой набор материальных характеристик. Потребители склонны рассматривать товары как сложный набор выгод, который удовлетворяет их потребности. При разработке товара маркетологи в первую очередь должны определить основные потребности покупателя, которые будет удовлетворять товар, затем разработать товар в реальном исполнении и, наконец, найти способы его подкрепления, чтобы создать тот набор выгод, который наилучшим образом удовлетворит запросы потребителя.

Конкуренция между производителями сегодня происходит в основном на уровне подкрепления товара. Компании, которым сопутствует успех, добавляют к предлагаемым товарам такие дополнительные преимущества, которые не только удовлетворяют потребителя, но и доставляют ему удовольствие.

Упаковка включает в себя деятельность по разработке и производству жесткой или мягкой оболочки для товара. Для большинства товаров упаковка жизненно необходима [1].

Она защищает товары от повреждения до того, как вы их купите, например, сохраняет чистоту и свежесть продуктов питания. Кроме того, она нередко нужна с точки зрения надлежащей маркировки товара и сообщения информации о нем.

Хотя первичная функция упаковки заключается в том, чтобы просто содержать и сохранять товар, в последнее время многочисленные факторы сделали упаковку важным маркетинговым инструментом. Повышение роли самообслуживания предполагает, что теперь упаковке приходится выполнять множество задач в сфере продажи, начиная с привлечения внимания и описания товара и заканчивая совершением акта продажи. Компании все больше осознают способность хорошей упаковки немедленно обеспечить признание компании (или товара) у покупателей. Например, в средней руки супермаркете с ассортиментом около 15-17 тысяч наименований типичный покупатель просматривает всего 300 наименований в минуту; таким образом, 53% всех покупок совершаются

под воздействием импульсивного желания. В такой обстановке жесткой конкуренции упаковка может оказаться для производителя последним шансом привлечь внимание покупателей. Производители должны использовать особенности дизайна упаковки – размеры, графическое оформление, текстуру, чтобы сообщить о ценных свойствах торговой марки и способствовать различению товаров на перегруженном рынке.

Разработка хорошей упаковки для нового товара требует принятия многих решений. Прежде всего, необходимо определить концепцию упаковки (концепция упаковки определяет то, чем должна быть или что должна делать упаковка для товара).

Итак, должны ли основные функции упаковки обеспечивать защиту товара, представлять новый способ его дозирования, сообщать об отличительных свойствах данного товара (торговой марки, компании, чего-нибудь другого?) Коротко говоря, решение относительно оформления упаковки должны касаться ее конкретных элементов – размеров, формы, материала изготовления, цвета, вида текста и обозначения торговой марки. Эти различные элементы должны взаимодействовать друг с другом для поддержания рыночной позиции товара и марочной стратегии. Упаковка должна соответствовать особенностям рекламы товара, его цене и условиям распространения [3].

Выбрав и представив упаковку, компания должна регулярно ее проверять на соответствие меняющимся вкусам покупателей и технологическим новшествам. В прошлом дизайн упаковки мог оставаться неизменным на протяжении 15 лет, прежде чем возникла необходимость изменений. Однако в современной быстро меняющейся среде большинству компаний приходится обновлять внешний вид своих товаров каждые два-три года.

Поддержание упаковки в соответствии с требованиями сегодняшнего дня обычно требует не больших, но регулярных изменений, настолько тонких, чтобы покупатель их даже не замечал. Однако некоторые варианты упаковки, наоборот, требуют сложных решений, решительных действий и значительных затрат. Но не смотря на то, какие изменения требуются – большие или маленькие, маркетологам необходимо сопоставить затраты и факторы риска с одной стороны, а с другой – оценить не только воздействие на восприятие покупателями ценных свойств, добавленных к товару новой упаковкой, но и степень достижения маркетинговых целей.

Практически любой продукт заключен в какую-либо оболочку, которая одновременно при выборе продукта, может выполнять несколько жизненно важных для данного продукта функций: привлечение внимания потребителя за счет исполнения ярких красок, интересных форм; содержания информации о сроках хранения, составе, производителе и защите продукта.

Таким образом, принимая решения относительно упаковки, компания

должна учитывать растущую обеспокоенность экологической чистотой упаковочных материалов. Другими словами, решение об упаковке необходимо принимать с учетом интересов общества, и непосредственного покупателя, и самой компании.

Список литературы:

1. Гембл, П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями.- М.: ФАИР-ПРЕСС, 2012. — 512 с.
2. Годин, А. М. Маркетинг: Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - С. 656.
3. ЭБС «Лань»: Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика (для бакалавров): учебное пособие.- М.: КноРус, 2014. -С. 208.
4. Кеворков, В.В. Практикум по маркетингу: учебное пособие / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков. - Электрон.дан. - М. : КноРус, 2015. - С. 567.

Бытдаева М.М.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Урчукова Ф.Ч., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Современное предприятие может существовать и успешно конкурировать на рынке только при условии непрерывного развития и адаптации к изменяющимся условиям ведения бизнеса. Ускорение ритма современной жизни усиливает нестабильность функционирования предприятий, вынуждает их проводить частые и быстрые преобразования, подстраиваться под внешние условия. Выполнить эту задачу помогает проектная деятельность. [1]

Любой проект можно определить, как процесс преодоления еще одной ступеньки на пути научно-технического и социального прогресса человечества. И этот процесс нуждается в умелом управлении, чтобы в результате подняться на эту ступеньку, а не скатиться вниз. Управление проектами - это искусство организации, планирования и координации трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов, направленное на эффективное и качественное достижение запланированных результатов при минимизации стоимости и сроков выполнения работ.

Для того, чтобы успешно управлять проектами, необходимо обладать не только профессиональными знаниями в той сфере деятельности, к которой относится данный проект (строительство, машиностроение,

образование, научные исследования, сельское хозяйство, транспорт и т. п.). Невозможно рационально использовать ресурсы проекта без хорошего владения основами экономики предприятия, инвестирования и финансирования, маркетинга, логистики, рискологии и других разделов экономической науки. Можно выделить такой вид проекта, как инновационный проект. Инновационный проект - это проект, который содержит технико-экономическое, правовое и организационное обоснование конечной инновационной деятельности. По окончании инновационного проекта мы видим документ, включающий в себя подробное описание инновационного продукта, обоснование его жизнеспособности, возможность привлечения инвестиций, сроки исполнения, организационно-правовые моменты его продвижения. В реальной действительности темпы экономического роста и уровень развития стран определяется ролью НТП в производстве. В выигрыше остаются те страны, которые обеспечивают благоприятные условия для эффективной инновационной деятельности. [2]

Инновационные проекты и программы выполняются в виде межотраслевых проектов по созданию, освоению и распространению технологий, способствующих кардинальным изменениям, и развитию фундаментальных исследований, научно-техническому обеспечению социальных программ, международного сотрудничества. Ввиду этого, можно с уверенностью считать, что инновационные проекты и программы играют важную роль в государственной НТП, во многих областях науки и техники.

Понятие инновационного проекта используется в следующих значениях, таких как:

- деятельность, нацеленная на управление инновациями;
- процесс разработки инноваций;
- комплект правовых и финансовых документов.

Первое - это совокупность взаимосвязанных по ресурсам и срокам мероприятий, ориентированных на решение конкретных задач.

Инновационная деятельность содержит в себе не только инновационный процесс эволюционного превращения нового знания в новые виды продуктов, но и технологии и услуги различных сфер направлений. Инновационная деятельность, так же в равной мере содержит и маркетинговые исследования рынков сбыта товаров, их потребительских качеств, конкурентной среды, а также комплекс технологических, управленческих и организационно-экономических мероприятий, которые в своей совокупности приводят к инновациям, нового подхода к информационным, консалтинговым, социальных и других видов услуг.

Конкуренция служит одним из важнейших факторов, стимулирующих повышение эффективности экономики страны и ее регионов. Она даже экономистами трактуется по-разному. Для одних это -

процесс борьбы рыночных агентов, для других - признак рынка, определяющий механизм рыночного ценообразования. Конкурентное преимущество - это те характеристики, товара и продукта которые несут в себе превосходство над ее прямыми конкурентами. Например, конкурентным преимуществом может быть инновационный проект. Обоснованный уровень инновационной активности, как составляющее качество управления, является важным конкурентным преимуществом фирмы, так как благодаря инновационным проектам продукт/услуга организации поступает к потребителю значительно раньше. [4]

Предприятия добиваются конкурентных преимуществ посредством инновационных проектов. Инновационные проекты могут проявляться в новом продукте, новой структуре предприятия, строительстве новых предприятий, использование технологий, которые раньше не применялись, в новом процессе производства, в новой методике повышения квалификации работников и т. д.[3]

Например, для Селены переработка ПЭТ бутылок является огромным конкурентным преимуществом, так как они используют его для утепления своей нетканой продукции и так же могут продавать их в виде Пэт гранулята. Так как они используют его и для дальнейшего производства внутри организации, то это снижает себестоимость продукции, а низкая цена на качественный продукт – это огромное конкурентное преимущество. [5]

В своем большинстве инновационные проекты основаны на едином, крупном технологическом прорыве. В этот процесс часто вовлекаются идеи, являющиеся "новыми" - идеи, которые буквально "витали в воздухе", но не применялись целенаправленно. Многие инновационные проекты создают конкурентные преимущества, порождая принципиально новые благоприятные возможности на рынке, или же позволяют заполнить сегменты рынка, на которые другие соперники не обратили внимания. Если конкуренты реагируют медленно как правило, такие инновационные проекты приводят к конкурентным преимуществам.

Список литературы:

1. Агарков, А.П. Управление инновационной деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Агарков А.П., Голов Р.С.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, 2015.- 208 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52293>.- ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Абдикеев Н.М. Основы управления проектами. (Электронный ресурс): учебное пособие/ Абдикеев Н.М.. текстовые данные. –М.: Палеотип, 2012.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10222>.-ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Коцюбинский В.А. Особенности экономического роста и его моделирования [Электронный ресурс]/ Коцюбинский В.А., Пономарев Ю.Ю., Пономарева Е.А.- Электрон. текстовые данные- М.: Дело, 2013.-

218с.

4. Урчукова Ф. Ч. Айбазов Н. А. «Инновационная деятельность быстрорастущих компаний» (БИЦ «СевКавГГТА», Черкесск 25 апреля 2016г).

5. Ria KCHR.RU. URL: <http://www.riakchr.ru>

Бытдаева М. М.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Хапанцева Р. Д., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ВТРК «АРХЫЗ» – КАК РЕКЛАМА РЕГИОНА

Быстрое развитие процесса глобализации, увеличение взаимозависимости национальных экономик, что обусловлено ограниченностью ресурсов, выводят на первую строчку региональные экономики, между которыми и разворачивается основная конкурентная борьба. В нашей стране, уже сейчас, регионам приходится конкурировать буквально за все: за помощь со стороны федеральных властей и средства из федерального бюджета, за инвестиции, информационные, транспортные и туристические потоки, экологические, экономические, социальные и культурные проекты, эксклюзивные идеи и т.п. Международный институт менеджмента определяет конкурентоспособность как «сферу экономических знаний, анализирующую факты и политику, которые формируют способность страны создавать и поддерживать условия, обеспечивающие создание дополнительной стоимости со стороны предприятий и более высокий уровень благосостояния населения» [1]. Как показывает международный опыт, одним из ключевых факторов инвестиционной привлекательности региона является его имидж.

Регионы, где руководство понимает важность имиджа и принципы его построения, получают большую заинтересованность со стороны партнеров, инвесторов при условии, что имидж несет объективную, положительную окраску. Каждый аспект жизни города – от чистоты улиц до работы организаций и настроения их персонала – может влиять на имидж города, даже если это не так просто осознать.

Имидж может быть как положительным, так и отрицательным, негативным. Вполне естественно, что руководство любого города стремится создать если не уникальный, то, по крайней мере, благоприятный имидж. Стоит также отметить, что имидж – понятие многогранное. Слияние различных аспектов, таких как культура, уровень

жизни, образования, развитость инфраструктуры, туризма в целом экономическое развитие формируют так называемый имидж города. Формирование собственного имиджа и усиление моментов узнаваемости отдельного города (региона) способствует привлечению к нему внимания, дает возможность более эффективно лоббировать свои интересы, улучшать инвестиционный климат, получать дополнительные ресурсы для развития региональной экономики, становиться кадровым резервом федеральных элит. Более того, продвижение имиджа регионов – перспективный путь преодоления трудностей в формировании имиджа России в целом. В своей работе, я рассматриваю всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Архыз» как инструмент для повышения имиджа, имидж, в свою очередь является инструментом продвижения региона.

Одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики является туризм. Туристский бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи. Для многих экономически развитых и развивающихся стран туризм является основной сферой национальной экономики. С уверенностью можно говорить о наличии прямой зависимости между развитием сферы туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями стране. Например, повышение уровня жизни ведет к росту продолжительности отпусков работников и высокому уровню пенсионного обеспечения [2].

Карачаево-Черкесская Республика по праву называется горной республикой, так как подавляющее большинство населения живет в горной местности. На первый взгляд, кажется, что комфортного климата, чистого воздуха и прекрасных гор достаточно, чтобы стать популярным курортом. Но, наша республика была не так популярна, пока не ввели всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Архыз».

Согласно с Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания; [3].

«Архыз» - особая экономическая зона на территории КЧР. Данный комплекс начал свою деятельность уже зимой 2013 года и сразу же вызвал к себе интерес у любителей зимнего отдыха, принял более 330 тысяч туристов со всей России. Согласно данным социологических опросов, более 98% туристов говорят о своей готовности снова вернуться отдыхать в «Архыз» и о своей удовлетворенности условиями проживания, питания,

качеством сервиса, услугами и т.д.

На сегодняшний день на ВТРК «Архыз» находится одна из самых длинных канатных дорог на горнолыжных курортах России. Гондольный подъемник «Млечный путь», оборудованный 8-местными гондолами, рассчитано на 200 чел/час. Также имеются кресельная канатная дорога «Спутник» и детский конвейерный подъемник и т.д.

В инфраструктуру курорта входят несколько гостиниц, такие как "Романтик", "Вертикаль". Для размещения постояльцев доступно около 420 номеров. Одним из пунктов коммерческой стратегии инвесторов на 2016-2017 гг. значится введение в эксплуатацию еще около 800 номеров. Курортный комплекс "Архыз" имеет все условия для круглогодичного посещения его туристами. В летний сезон постояльцами могут пользоваться услугой проката горнолыжного оборудования, с общей базой в 2000 комплектов. Им также будут доступны ящики для хранения горнолыжного оборудования локерного типа. В штате сотрудников курорта также имеются дипломированные горнолыжные инструкторы, которые смогут обучать посетителей. В зависимости от возрастной категории, ученики будут распределены на соответствующие программы обучения. В течение летнего периода посетителям курорта доступны несколько бассейнов открытого типа, оборудован высотный веревочный парк, функционирует летний кинотеатр, пейнтбольный клуб, установлены столы для игры в бильярд и теннис, тир для стрельбы из лука. Для посетителей открыт прокат велосипедов и сигвеев, парк развлечений с электрокарами, а постояльцы с детьми могут проводить время на современной детской площадке. Собственная конюшня курорта дает возможность организовывать конные прогулки для посетителей. Помимо этого, для прогулки постояльцы могут арендовать внедорожники из автопарка курорта. К природным и историческим достопримечательностям региона совершаются регулярные рейсы экскурсионных автобусов.

Комплекс «Архыз» уже стал центром событийного туризма в Карачаево-Черкесской Республике, местом регулярного проведения спортивных, музыкальных, культурно-массовых мероприятий и развлекательных акций. На протяжении нескольких лет реклама туристического комплекса украшают рекламные щиты при въезде в республику, а также реклама встречается и в других регионах. Для привлечения туристов используются практически все виды рекламы, начиная от ТВ рекламы и заканчивая рекламными буклетами. Акцент делается на все возрастные категории людей. Уровень удовлетворенности туристов курортом и его услугами крайне высок - в среднем он составляет порядка 80-90%[5].

Высокий уровень сервиса, многообразие развлечений для взрослых и детей в совокупности с яркой, запоминающейся рекламой останется в памяти туристам, что будет привлекать их снова и снова. На необходимо

расширить способы размещения рекламы о ВТРК «Архыз», в том числе печатную рекламу, кинорекламу, видео- и аудиоэлектронную (в том числе, компьютерно-сетевую), сувенирную, на упаковках, наружную рекламу. Важным компонентом рекламы курорта и предоставляемых услуг должны стать сведения о республике в целом, ее достопримечательностях, историческом прошлом, многообразии народов и этнических групп, традициях. На сегодняшний день сам факт размещения рекламы о курорте в различных формах уже способствует рекламе региона в целом, как некий элемент общей рекламной кампании нашего субъекта.

В условиях современного общества, целесообразно использовать в полной мере возможности Интернета и реклама курорта в этом смысле не исключение. Одним из эффективных вариантов представляется «Интернет-рассылка». Это формирование и одновременная рассылка текста рекламного сообщения нескольким интернет - адресатам. При этом адресатами рассылки, как правило, могут быть, прежде всего, агенты туроператора и организации, потенциальные корпоративные клиенты. Впоследствии возможно использование 3-D технологий, чтобы потенциальный потребитель мог через Интернет сайт в трехмерном изображении посмотреть не только гостиничный номер, но и окрестности и близлежащие исторические и природные памятники.

Кроме этого, возможно использование такого способа, как рекламный тур по туристическим деревням с включением в него интересных маршрутов, в том числе с курортным поселком Домбай и другими местами республики. Это некая ознакомительная поездка по региону, в ходе которой можно получить максимум необходимой в работе с клиентами информации о направлении, гостиницах, услугах. Рекламный тур предусматривает осмотр наиболее популярных у туристов гостиниц, экскурсии и культурную программу. И таким образом, акцентируя конечно внимание на курорте, опосредованно сообщается информация о регионе в целом, формируется некий облик привлекательности республики для рекреационных целей.

Список литературы:

1. «Всемирный ежегодник по вопросам конкурентоспособности» Международного института менеджмента (2003)
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И. - Электрон. текстовые данные.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.- 197 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.-ЭБС «IPRbooks»>, по паролю
3. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
4. Курорты северного Кавказа <http://www.ncrc.ru/investproekty/vtrk-arkhyz/>.

Гогуев Р. А.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Абдокова Л. З., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

РОЛЬ ПИАРА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В современном мире, в условиях конкурентной борьбы все большее количество организаций осознает свою непосредственную зависимость от общества и потребность в построении доброжелательных отношений с представителями широкой общественности [1]. Соответственно, рыночные отношения, рыночная экономика ставит новые задачи и предъявляет новые требования от производителей, современных предпринимателей к способам, методам и принципам ведения современного бизнеса. В этой связи наиболее актуальной стала проблема профессиональной организации маркетинга в своей деятельности с учетом взаимодействия с общественностью.

Практически ни одна сделка купли-продажи не совершается без качественной рекламы, PR-компания – это инструменты современного времени, современного маркетинга и маркетинговой деятельности. Взаимосвязь маркетинга и публичных отношений (PR) заключается в том, что именно механизмы PR представляют собой своего рода «двигатель» основного процесса продвижения продукта на рынок, при этом обеспечивая успех организации и ее высокую репутацию в условиях жесточайшей конкурентной борьбы.

Важно отметить, что в настоящее время PR (public relations) выступает самостоятельной функцией маркетинга и менеджмента, позволяющая устанавливать и поддерживать коммуникации между различными компаниями и общественностью, для достижения стратегических целей, направленных на увеличение объемов продаж, удовлетворению потребностей и потребительских запросов и соответственно создание благоприятного имиджа.

Практика показала, что основной целью любой современной организации, современного бизнеса является увеличение объема продаж, это, в свою очередь, не может исключить необходимость грамотного использования инструментов PR по учету интересов потребителей, их поведению.

И хотя целью современной организации, бизнеса является увеличение объема продаж, это не исключает необходимости использования инструментов PR по учету интересов потребителей, их поведению. Сегодня потребительское поведение изучается совместно

маркетологами и PR-специалистами, что дает более качественный результат исследования. В процессе изучения интересов потребителей, общественного мнения очень важно своевременно предугадать, если можно так сказать, некий сценарий будущего поведения потребителей и соответственно найти образ организации, бизнеса через 5-10 лет, определить будущую рыночную «нишу» с учетом личностных, психологических характеристик, определяющих мотивацию покупательского выбора и его избирательность [2]. Также важно учитывать и культурные факторы с выделением набора ценностей, предпочтений индивидуума (потребителя).

В этой связи, можно сказать, что маркетинг и PR имеют похожие цели, а именно она направлены на налаживание четкого взаимопонимания между потребителями и организацией, основанного на заботе о качестве предлагаемого товара и формировании имиджа не только товара, бренда, но и имидже организации, а впоследствии и репутации на рынке.

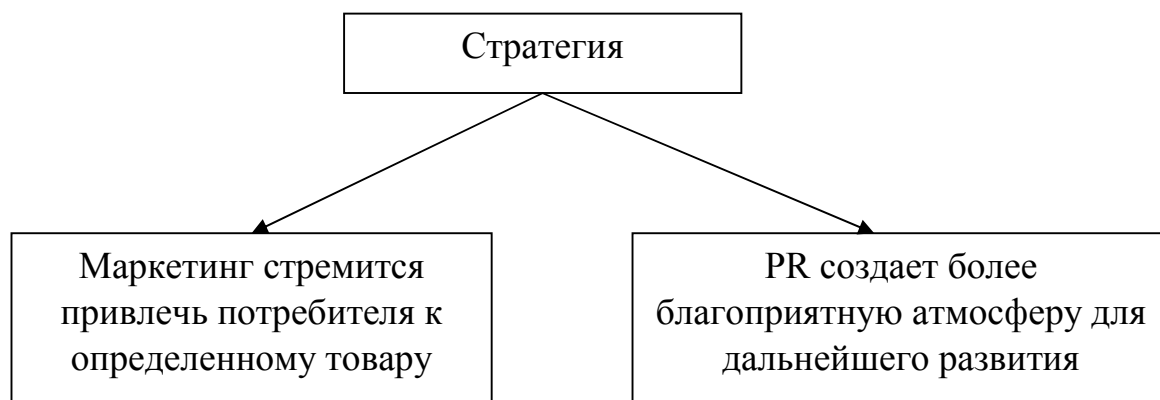


Рисунок 1 – Стратегические цели маркетинга и PR

Практика показывает, что для того, чтобы элементарно подготовить выступление известного вокалиста организаторы обязаны обращаться к PR, не говоря уже о конкретном товаре или услуге, которые могут, по сути, «говорить и заявлять» о себе только с помощью рекламы или различных PR акций или PR компаний.

Следовательно, анализ поведения потенциальных потребителей с выделением многочисленных реакций потребителя на товар, цену, методы распределения, продвижения и стимулирования – это есть основная целевая функция PR-специалиста.

Необходимо отметить, что ведущие специалисты в области связей с общественностью важную роль отдают основным законам развития общественного мнения и способам грамотного воздействия на него с целью получения положительного результата. Однако при этом необходимо четко понимать и использовать такие методы воздействия на социум, общество, чтобы они не нарушали моральные нормы и гражданские права человека, отдельно взятого потребителя.

Можно сказать, что деятельность PR - профессионалов включает в себя комплекс координированных действий по созданию общественного мнения, направленных на то, чтобы при необходимости поменять мнение и поведение потребителей в отношении конкретного производителя, его товаров и услуг и направить их внимание в их сторону. Для этого нужно точно определить целевую аудиторию, на которую будет направлено это воздействие. В первую очередь, чтобы поменять общественное мнение, его необходимо не только распознать, но и осознать, чтобы четко направить свои усилия, возможности в донесении до целевой аудитории какого-то сообщения, качественной информации. PR-коммуникации представляют комплексные технологии, объединяющие рынок, маркетинговые стратегии, интересы организации и покупателей за счет привлечения обширного фактологического материала для всех участников маркетинговой деятельности.

Главная цель PR компании – грамотно воздействовать на психологию потребителей в процессе продвижения товара (услуги) от производителя до потребителя и соответственно приведет увеличению спроса на рынке и получению желаемой прибыли. А это в свою очередь создает конкурентную борьбу уже не только между производителями, но борьбу между фирмами, оказывающими услуги по продвижению товаров и услуг, между «рекламщиками» и PR-компаниями.

Взаимодействие производителей и потребителей, в частности, с одной стороны получение желаемой прибыли, а с другой стороны удовлетворение потребностей, сопровождаемые рекламой, с акцентом на PR- деятельность в масштабе дает возможность говорить и о влиянии на экономику страны в целом.

Другими словами, можно сказать, что в процессе осуществления маркетинговой деятельности одним из главных инструментов является рекламная деятельности, PR компании, основной задачей которых является формирование наиболее выгодных взаимоотношений между производителями товаров (услуг) и потребителями, социумом, обществом. В целом от эффективности этой работы, этого взаимодействия зависит экономический результат организации. Важность использования PR в маркетинге подтверждается тем, что именно связи с общественностью служат результативным механизмом и действенным помощником в преодолении проблем сложного продвижения товаров от изготовителя к конечному потребителю.

Сегодня Public Relations задействован практически везде, в любом направлении деятельности: в бизнесе, политике, а также в некоммерческом секторе. Растущая роль PR-деятельности, связей с общественностью обусловлена тем, современный бизнес, политика, да и весь некоммерческий сектор все больше становятся зависимыми от общества, его действий, представлений и предпочтений. Поэтому эффективная

деятельность рекламных агентств, PR-компаний позволяет оказывать незримое воздействие на желания, предпочтения и возникающие потребности как отдельного потребителя, так и общества в целом, за счёт чего и достигают поставленных целей. Смело можно говорить о том, что в настоящее время результат работы производителя, бизнеса, политика и т. д. находится в зависимости от общества (человека), общественного мнения и формирования маркетинговых коммуникаций.

Следовательно, на всех этапах осуществления маркетинговой деятельности должен проявляться главный принцип PR - обеспечение взаимной выгоды. PR-услуги с использованием комплексных средств массовой информации и социальной психологии - неизменные спутники при разработке товарной политики, ценовой стратегии, товарного знака, марки, упаковки, фирменного цвета и стиля. Несмотря на то, что, хотя сегодня PR несет в себе все признаки рекламы, существует незримое и тонкое отличие его от рекламной деятельности. Важно понимать, что PR не связан с немедленной продажей товаров и услуг, а он использует рекламу дальнего действия, отсроченного приобретения, готовит к покупке потенциальных потребителей.

Таким образом, PR ориентирован на продвижение не товара, а организации и не на рынке, а в обществе. В связи с этим источники финансирования рекламы и PR различны: рекламные расходы фигурируют в бюджете (смете) маркетинга, а средства на PR берутся из стратегического бюджета фирмы, как правило, из фонда ее развития. По сути, в современном обществе PR выступает «мерилом» состояния деловой активности и отражением характерных особенностей нравственной культуры современного рынка. Главное правило бизнеса - не навязывание чужой воли другим, а свободное сотрудничество с взаимовыгодными интересами всех партнеров. Успех деятельности любой организации, любого бизнеса зависит в известной степени от практического и грамотного использования механизма PR в области формирования общественного мнения и создания эффективных коммуникаций.

Список литературы:

1. Кандаурова И. Р., Евдокимова К. В. Роль PR в маркетинге // Молодой ученый. - 2014. - № 21. - С. 326-328.
2. Сфера PR в маркетинге: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг» / И.М. Синяева, В.М. Маслова, В.В. Синяев. — М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2007. - 383 с.

Токова К. Р.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Абдокова Л. З., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ДЕТЕЙ

В современных условиях, в современном обществе особое внимание необходимо уделять процессу воспитания ребенка. Следует обращать внимание практически на все, что окружает ребенка, банально от детской расцветки, раскраски или телепередачи, которые он может увидеть. Сегодня многие психологи говорят о негативном психологическом воздействии рекламы на людей, не говоря уже о детях, которых она довольно часто заинтересовывает, даже способна отвлечь от игры. Можно сказать, что сознание ребенка постепенно превращается в хранилище стереотипов [1].

Не секрет, что, включая телевизор, обязательно можно наткнуться на рекламные ролики, хотим мы этого или нет, при этом дети чаще всего находятся рядом. Достаточно часто цитируем различные фразы из увиденной или услышанной рекламы, напеваем, они нас смешат и раздражают, радуют и огорчают. Короткие видеосюжеты, убеждающие нас выбрать тот или иной товар, настолько прочно вошли в быт любого человека, что уже, наверное, сложно представить жизнь без рекламы.

Рекламу можно увидеть не только в телевизоре. Она повсюду: яркие, привлекающие внимание не только взрослых, а зачастую именно детей плакаты висят на щитах вдоль дорог, в магазинах, в аптеках, в общественном транспорте, плакаты и видеоролики и т.д. При этом многие взрослые думают, что она на них совсем не действует, а негативное психологическое воздействие рекламы на людей преувеличено. Однако на подсознательном уровне в магазине рука сама потянется за тем продуктом, рекламу которого человек видит повсюду. Соответственно, если это столь мощно влияет, можно да сказать «атакует» мозг взрослого человека, то что же говорить о маленьких детях?

В действительности «львиная» доля рекламы производителями рассчитана именно на маленьких потребителей. Дети очень подвержены рекламе. Жизненный опыт не только показывает, но и уже доказал, что именно дети оказывают влияние на покупки, которые выбирают в магазинах их родители, а при наличии карманных денег очень часто спускают их именно на рекламируемые товары и бренды. Доказательством тому является статистика. Например, в дети до 12 лет тратят все свои карманные деньги на товары, реклама на которые широко распространена.

Поэтому можно сказать, не зря сегодня их так строго защищает закон. А значит, слово «нельзя» - является просто предлогом лучше думать и найти обходные пути. Маркетинг на сегодняшний день – наука относительно новая, а детский маркетинг – тем более.

Хотелось бы обратить внимание на то, что зачастую невозможно, сложно даже себе представить, какие серьезные проблемы с детьми провоцирует просмотр рекламы. Маленькие дети, чаще всего это дети дошкольного возраста, еще не могут отфильтровать полученную информацию. Ведь у детей, у которых еще нет понятия о ценностях, благодаря рекламным роликам неправильно формируется самооценка и порождается масса комплексов. Они, подобно губкам, поглощают все, что их окружает. Одинаковые по типу рекламные ролики у ребят данного возраста фактически не вызывают чувство раздражения.

Следовательно, они готовы бесконечно просматривать ролики, даже если это будет один и тот же рекламный продукт. Что удивительно, интерес при этом у них не иссякает. В первую очередь детей данного возраста привлекает сама картинка, ее яркие, красочные и насыщенные краски. Смысловое значение рекламного сообщения не имеет никакого значения. Он воспринимается детьми произвольно, и ребенок целиком попадает «под власть» рекламы. Можно наблюдать, как его внимание безоговорочно следует за стремительно меняющимися картинками.

Нельзя не отметить тот факт, что негативное влияние оказывает на детей, так называемая реклама «взрослых товаров», которая порождает много вопросов и с этим явлением столкнулись практически все родители. Сегодня благодаря этой рекламе, дети становятся гораздо более образованными во «взрослых» вопросах, что не совсем хорошо [2].

Огромная ответственность лежит на людях, которые рекламируют разнообразные товары детям. Ограничительную функцию выполняет не только закон, а также этические нормы.

1. Рекламисты обязаны остерегаться использовать богатую детскую фантазию в формировании завышенных ожиданий от товаров.
2. Признавая возможности рекламы в воздействии на поведение, рекламисты должны предлагать положительные примеры для подражания.
3. Рекламистам следует сторониться формирования общественных стандартов и призывов к предрассудкам.
4. Ограниченные возможности детей к оценке информации обязывают рекламистов быть особенно ответственными.

Примеров негативного психологического воздействия рекламы на детей не счесть. К сожалению, родители вряд ли смогут полностью оградить от нее свое чадо. Но они обязаны по максимуму защитить своего ребенка от этого вреда. Полностью запретить детям смотреть телевизор – это нецелесообразно и неэффективно. Но взрослым необходимо свести

такой просмотр к минимуму. При этом родителям следует разговаривать со своими детьми и пояснять им всю неправдоподобность ситуаций, описанных в рекламных роликах, точно знать, какие нужны игрушки для развития малыша, а без каких навязываемых товаров вполне можно обойтись.

Несмотря на огромное количество минусов, реклама обладает и плюсами:

- во-первых, она предоставляет ребенку информацию о модных и актуальных вещах, ведь дети познают немало нового, начинают лучше ориентироваться в мире товаров, осознают их функции, плюсы и минусы;
- во-вторых, реклама улучшает и развивает память ребенка, они легко и просто запоминают маркетинговые слоганы и цитаты, расширяя подобным – пусть и несколько инертным способом – свой лексический запас;
- в-третьих, реклама подталкивает фантазировать и стремиться к эталону, при этом зачастую главным героем рекламного ролика является процветающий индивид, благоприятный персонаж, на которого – к чему утаивать? – даже нам, взрослым, очень хочется равняться и для того, чтобы этого добиться, необходимо прилагать усилия, ставить цели и размышлять, как их можно достичь.

А для того чтобы защитить ребенка от лишнего воздействия рекламы, можно:

- контролировать его время пребывания у экрана телевизора (ТВ не должно превращаться для ребенка в единственный способ времяпрепровождения) и вместе с ним можно придумать познавательные и интересные занятия и игры;
- разъяснять малышу на примере героев рекламы, как необходимо и как не нужно себя вести;
- относиться к рекламным роликам с юмором, так можно подловить удобный момент, чтобы пошутить над действиями или словами рекламных персонажей, при этом важно, чтобы ребенок не воспринимал героев рекламы как реальных личностей;
- показать ребенку, что к рекламе нужно относиться селективно, необходимо объяснить и проиллюстрировать малышу, что рекламируемый товар может и не обладать теми качествами, которые расхваливаются в ролике.

Малыши, лет до четырех-пяти, детям с непрочной нервной системой лучше вообще ее не смотреть или просто выключать на это время звук. Не торопитесь приучить детей к телевизору - в наш компьютеризованный век они еще успеют пообщаться с говорящим экраном.

Лучше с раннего возраста постараться приучить ребенка к чтению и

живому, естественному, традиционному общению - постараться сделать так, чтобы «ящик» не стал главным атрибутом его жизни. Следите за тем, что взбудоражило ребенка, и говорите с ним об этом. Лучший антидот – развивать в ребенке точное понимание экранных изображений, посвящая его в технические детали. Понимание, как создается телекартинка, даёт возможность ребенку при необходимости защититься от нее быть конкурентом отцу и матери.

У более взрослых детей необходимо повышать критичность к любому посланию, пришедшему через СМИ. Для этого стоит задать самому себе хотя бы три вопроса о содержании рекламы:

- КТО это говорит (туристическое агентство, аптека, магазин игрушек);
- КОМУ говорит (скучающей домохозяйке, больному-хронику или невротичу-ипохондрику, избалованному ребенку);
- ЗАЧЕМ (чтобы ВАС поразвлечь и обрадовать или...).

Усомнившись в честности послания и открыв в нем скрытый смысл, любой человек оказывается наиболее устойчивым к его влиянию. В этом стоит упражняться при детях - ощутив сарказм и сомнение старших, они последуют данному примеру.

Психологическое воздействие рекламы на ребенка не стоит преуменьшать. Родителям желательно контролировать все, что смотрят и слышат их дети. Но при этом стоит помнить, что ответственность за ценности, мировоззрение, кругозор и поведение их ребенка лежит не столько на создателях рекламы, как на самих родителях. И, в конечном итоге, необходимо усиливать как в себе, так и в детях чувство собственного достоинства, основным проявлением которого является разборчивость!

Список литературы:

1. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. Учебное пособие. М.; Новосибирск, 2011 - С.225.
2. Савельева, О. О. Социология рекламного воздействия / О. О. Савельева. - М.: РИП-холдинг, 2013. - 284 с.

*Урчукова Ф.Ч., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская Государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск*

ПАРАМЕТРЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КЧР

В настоящее время инновационная деятельность является одним из важнейших системных факторов экономического роста

конкурентоспособности отечественной экономики, что является самым главным для обеспечения безопасности нашего государства.

Наиглавнейшей задачей предприятий, в этих условиях является достижение конкурентных преимуществ и более полное удовлетворение спроса потребителей в части предоставлении качественных товаров и услуг. На данный момент обеспечить это могут те предприятия, которые в основном могут внедрять и использовать новые способы и условия хозяйствования, путем использования, комплекса научных, технологических, организационных, материальных и коммерческих мероприятий.

Роль предприятий в развитии экономики регионов на сегодняшний день становится решающей так как, она включает в себя обустройство региона, заботу о его населении, повышение его рейтинга. Предприятия, в том числе и государственные, выступают главенствующим в экономическом росте и в процессе инноваций, которые всегда играли ведущую, значимую роль в экономике, как для предприятий, так и для общества в целом [1].

В силу этого, можно считать, что внедрение инноваций в производственный процесс является движущей силой рыночной конкуренции, так как представители сферы услуг стараются сократить издержки, ищут различные пути разрешения этой проблемы. Одним из путей разрешения этого вопроса было использование инновационного подхода в реализации производственных технологических процессов[2].

Руководство ООО «Квест-А» понимает, что, освоив эффективные инновации, можно получить преимущество над конкурентами.

В современном мире скорость внедрения новых технологий существенно влияет на гонку производителей, ожесточает борьбу на рынке, и как следствие - потребитель получает новый продукт, более совершенный, в нашем случае - модный.

Возможными мерами государственной политики в области активизации инновационной активности компаний можно рассмотреть:

- налоговые стимулы и льготы;
- привлеченные в страну иностранных высококвалифицированных специалистов;
- инвестиции в создание рыночной инфраструктуры;
- разработка механизма продвижения российской продукции на международный рынок;
- совершенствование законодательства по защите российского рынка (корпоративное, налоговое, экспортно-импортное и т.д) [4].

Дальнейшее развитие работы российских предприятий во многом определяются выбранными направленностями инновационной политики государства - стратегические информационные технологии [5].

Все эти меры ООО «Квест-А» использует для развития социально-

экономических вопросов Карачаево-Черкесской Республики.

Компания является крупным предприятием с полным циклом переработки шерсти и производства продукции из шерстяного, синтетического и смешанного сырья. Общество зарегистрировано в 1994 году.

Деятельностью, в области инновации на «Квест-А», является определенная работа, направленная на реализацию результатов проведенных научных исследований и разработок.

В первые годы предприятие работало в основном только по первичной переработке шерсти на давальческих условиях. Позже был организован цех по сортировке и промывке шерсти.

В настоящее время построены цеха по производству пряжи из шерсти и акрилового волокна, а также введен в эксплуатацию цех по производству трикотажных изделий. Компания использует в производстве современное оборудование, инновационные технологии, а также высокий научный и профессиональный потенциал работников на всех участках.

Сейчас «Квест-А» реализует на российском и международном рынке продукцию, преимущественно из натуральной шерсти.

Общество «Квест-А» применяя инновационные подходы использует передовые технологии,- промышленной переработки шерсти, производства пряжи и современное оборудование, а также высокий научный и профессиональный потенциал работников на всех участках деятельности [3].

Малый и средний бизнес, владеющий высочайшим потенциалом роста, может рассматриваться в качестве одного из главных рычагов экономической системы, способных осуществлять оживленность экономики, с помощью инновационных технологий.

Сегодня в СКФО нет ни одного предприятия с полным циклом переработки шерсти и производства пряжи, также, как и с производством пряжи в отдельности.

Хотя в Карачаево-Черкесской республике есть предприятие, имеющий многолетний опыт работы в сфере легкой промышленности - это ПТШФ ЗАО «Ине», который можно было бы рассматривать в плане объединения таких фирм, как ООО «Квест-А» и ПТШФ ЗАО «Ине». Данное предприятие специализируется на производстве только швейных изделий для различных половозрастных групп, полный цикл обработки продукции, в частности в виде ткани на этом предприятии отсутствует.

В реализации инновационных вопросов, путем использования современных технологических оборудования и много других технологических подходов ООО «Квест-А», безусловно превосходит.

Иными словами, шерсть в виде сырья, в основном даже не прошедшая первичную обработку, экспортируется, а затем для нужд трикотажного производства импортируется готовая пряжа, трикотажное

полотно, шерстяные и полушерстяные ткани. Экономический потенциал данной отрасли крайне высок.

По оценкам экспертов, в регионе около 50 000 человек (при общей численности населения 450 тыс. чел.) в той или иной форме занимаются производством трикотажных изделий как основным источником дохода.

Как и любое другое предприятие, ООО «Квест-А» сталкивается с рядом трудностей в процессе осуществления своей деятельности. Одной из таких трудностей является поиск покупателей, которые готовы были бы приобрести местные изделия. И процесс их поиска начался давно, так в списке заказчиков одежды и атрибутики уже значатся предприятие Газпрома и знаменитая «АиФ» (газета «Аргументы и Факты»). Однако особо важными для себя считают работники предприятия заказы детской одежды. Ее здесь делают, учитывая все требования клиента, по его эскизам, либо по эскизам, разработанным совместно со специалистами ООО «Квест-А». Недавно подобная работа по пошиву детской школьной формы была выполнена для заказчиков из Ростова-на-Дону.

На сегодняшний день предприятие ООО «Квест-А» перерабатывает 3600 тонн шерсти в год, обеспечил рабочие места 400 своим сотрудникам, сотрудничает с более 100 партнерами по РФ и СНГ [5].

Таким образом, компания «Квест-А» привлекает внимание других регионов и является неотъемлемой частью экономики Карачаево-Черкесской Республики.

При создании интеграционных форм взаимодействия и сотрудничества малых, средних и крупных компаний при участии государства и науки по перечисленным направлениям разрешит целенаправленно развивать промышленно-инновационные кластеры для осуществления единой стратегии инновационного развития национальной экономики.

Таким образом, важнейшим направлением развития человеческого общества стал переход к экономике, основанной на профессиональных знаниях, человеческом достоинстве и свободе личности основывающиеся на переориентации общества совместно с «диктатом моды» и производства материальных благ, с использованием методов инновационного управления[1].

Список литературы:

1. Чернова А. С. Сущность инновационной активности предприятий // Молодой ученый. — 2015. — №1.— С. 311-312.
2. Science, Technology and Industry Scoreboard 2009.
3. Innovation 2009.Making Hard Decisions in the Downturn. A BCG Senior Management Survey. BCG April 2009.
4. Российский журнал менедж. Том 8, № 4, 2010. С. 81–112 Никулина О.В.
5. Материалы из документов фирмы ООО «Квест-А».

Эбзеева Ф.Р.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Узденова Ф.М., к.э.н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА

Роль информации на сегодняшний день в рыночной экономике занимает первое место. В связи с этим появилась и прямо пропорциональная необходимость в проверке этой информации. Достоверную и независимую проверку обеспечивает аудит. Это объясняет то, что количество аудиторских фирм (в том числе и иностранных) сейчас насчитывает несколько тысяч, хотя первые из них появились сравнительно недавно.

Аудит – независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности[1].

В организациях предусмотрена возможность внедрения штатных внутренних аудиторов, которые будут проводить внутренний аудит деятельности.

Внутренний аудит – это систематическая, независимая и документированная проверка правильности и достоверности отчетности и налогообложения, соблюдения законодательства, оформления и использования внутренних документов, организованная в интересах собственника с целью анализа, оценки и достижения наилучших результатов деятельности компании [8].

Появление аудиторства вызвало необходимость в разработке законодательного регулирования этой сферы.

7 августа 2001г. был принят Федеральный закон от 07.12.2001г. №119-ФЗ «Об аудиторской деятельности» и были утверждены Правила (стандарты) аудиторской деятельности, разработанные с учетом международных стандартов аудита. До принятия этих нормативных актов аудиторская деятельность регулировалась при помощи указов и Временных правил аудиторской деятельности в РФ.

В настоящее время система нормативного регулирования аудита сформирована и включает в себя ряд уровней:

1. Гражданский Кодекс РФ, Федеральный закон от 30.12.2008г. №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», Федеральный закон от 06.12.2011г. №402-ФЗ «О бухгалтерском учете», Федеральный закон от 04.05.2011г. №99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»

и др. законы, регулирующие отношения, связанные с осуществлением аудита

2. Международные стандарты аудита, введенные с 01.01.2017 приказами Минфина РФ от 9.11.2016 №207-н и №192н от 24.10.2016. В них описан порядок взаимодействия аудитора с руководством проверяемой организации, составления аудиторского задания, подготовки отчетности.

3. Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности (ФПСАД), утвержденные Правительством РФ, прекращающие свое действие с 01.01.2018 и федеральные стандарты аудиторской деятельности (ФСАД), утвержденные Минфином России, которые применяются в части, не противоречащей МСА. На этом же уровне находятся ПСАД, одобренные комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ (ныне упраздненной). Их всего 3.

4. Методические рекомендации, разъяснения по отдельным (частным) вопросам, одобренные Советом.

5. Правила, требования, разъяснения и другие нормативные акты, устанавливаемые СРО и частными компаниями, оказывающими услуги аудита, также учитываются аудиторами.

6. Технические моменты типа порядка ведения реестров (СРО или аудиторов) либо правил проведения экзаменов на квалификацию зачастую регулируются письмами Минфина России.

Согласно Федеральному закону «О бухгалтерском учете» «Организации, руководствуясь законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете, нормативными актами органов, регулирующих бухгалтерский учет, самостоятельно формируют свою учетную политику, исходя из своей структуры, отрасли и других особенностей деятельности» [2]. Следовательно, в Законе подчеркивается, что система внутреннего контроля каждого предприятия должна соответствовать размеру предприятия, структуре управления, составу и видам деятельности.

Важными элементами формирования системы контроля, имеющим значение для предупреждения случаев для предупреждения случаев мошенничества, являются программы по повышению безопасности производства и эффективно работающее подразделение внутреннего аудита. Хотя большинство исследований свидетельствуют, что с помощью внутренних аудиторских проверок выявляется лишь 20% от всех злоупотреблений со стороны наёмных работников, само наличие штатных аудиторов даёт значительный профилактический эффект[7].

Таким образом, к внутрифирменным документам деятельность внутренних аудиторов можно отнести:

- устав;
- решения советов директоров;
- приказ о создании отдела внутреннего аудита;
- положения об отделе внутреннего аудита;

- кодекс этики внутренних аудиторов.

Посредством Федерального закона «Об аудиторской деятельности» не получилось разрешить все проблемы, которые накопились в изучаемой сфере общественных отношений. Среди прочего, данный Федеральный закон не содержит правила регулирования внутреннего аудита, из-за этого сегодня в Российской Федерации сложилась такая ситуация, при которой очень сложное для бизнеса явление не имеет адекватного законодательного обеспечения.

В связи с развитием международных отношений можно отметить и то, что становится актуальным использование Международных стандартов аудита. Однако, и в Международных стандартах нет определенных рекомендаций по ведению внутреннего аудита, как и в российских нормативных актах.

Разработка и принятие нормативного акта, регулирующего деятельность внутреннего аудита было бы уместно, если принимать во внимание тот факт, что внедрение в фирму Службы внутреннего аудита набирает большую популярность.

Подводя итог, можно сказать, что внутренний аудит играет огромную роль в обеспечении благополучия организации. Поэтому, все больше и больше предпринимателей заинтересовываются вводом в свою организацию службы внутреннего контроля. Этот факт требует твердой законодательной подпорки, которая обеспечит рассмотрение всех ранее неосвещенных моментов организации внутреннего аудита.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ от 30 декабря 2008 г.
2. Федеральный закон Российской Федерации «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ
3. Арабян Э.К. Роль внутреннего аудита в деятельности организации // Актуальные вопросы экономических наук. 2009. № 9-2, С. 143-145
4. Внутренний аудит для успешной компании // http://auditmodern.ru/public_sonin1.php
5. Внутренний аудит: его сущность, объекты и субъекты // <http://www.studfiles.ru/preview/5125506/page:55/>
6. Внутренний аудит как важнейший элемент системы управления компанией - http://www.iaa-ru.ru/inner_auditor/publications/articles/vtoroy-testovyy-razdel/a-sonin-vnutrenniy-audit-kak-vazhneyshiy-element-s/
7. Узденова Ф.М., Шайлиева Ф.М. Роль внутреннего контроля в банках и его совершенствование (на примере ОАО «Сбербанк России») // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2013.
8. Узденова Ф.М., Эбзеева Ф.Р. Особенности организации внутреннего аудита в акционерных обществах // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии, № 11(ч.8), 2017г.

Эркенова Р.Х.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Абдокова Л. З., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

ИННОВАЦИЯ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ НА РЫНКЕ

В современных рыночных условиях особое внимание уделяется конкурентоспособности организаций, которая определяет способность субъекта хозяйствования опережать соперников с использованием своих преимуществ для достижения поставленных целей. Можно сказать, что сегодня «выживаемости» субъектов рынка в условиях жесточайшей конкурентной борьбы способствует инновационное развитие, инновационный взгляд на стратегическое развитие в целом[1]. Конкуренция и инновации тесно взаимосвязаны и дополняют друг друга, так как конкуренция:

- главный фактор восприимчивости субъекта рынка к техническим новинкам;
- вынуждает руководителя постоянно искать и находить новые виды продуктов и услуг, которые нужны потребителям и могут удовлетворить их потребности;
- способствует тому, что руководители стараются освоить продукцию высокого качества по ценам рынка с целью удержания потребителей;
- стимулирует использование наиболее эффективных способов производства;
- вынуждает руководство оперативно реагировать на желания потребителей;
- обеспечивает высокий доход тому, кто упорно и производительно трудится.

Соответственно, разработка и внедрение маркетинговых нововведений, инновационных стратегий в рыночных условиях является исключительным методом поддержания высоких темпов развития и повышения конкурентоспособности организаций и их торговых марок. Другими словами, конкурентоспособность организации на современном рынке является главным критерием эффективности системы управления инновациями.

В этой связи, важной особенностью финансового подъема считается переход к непрерывному инновационному процессу. Интенсивность

НИОКР в значительной степени определяет уровень экономического развития. В обстоятельствах жесткой конкурентной борьбы на рынке выигрывают только лишь те организации, которые способны создать благоприятные условия с целью осуществления научных разработок.

Необходимо отметить, что современная действительность позволяет говорить о том, что добиться и удержать конкурентные преимущества вероятно только с помощью инноваций - это утверждение стало аксиомой для современных организаций. Несмотря на то, то что любая успешная организация, осуществляя свою стратегию роста, в основе своей используют единственный принцип - только лишь непрерывные совершенствования и нововведения дадут возможность достичь значительной степени эффективности производства.

Практика показала, что наиболее известные маркетинговые стратегии направлены чаще всего на технологические инновации, которые в свою очередь направлены на разработку нового продукта или модификацию, совершенствование уже существующего, а так же на повышение качества и снижение расходов и т.д.

Ярким примером может выступить ShellRimulaR6 LME - это масло 5W-30 для мощных дизельных двигателей, пригодное для применения в двигателях грузовых автомобилей и автобусов, оборудованных системами очистки выхлопных газов, и обеспечивающее заметное повышение эффективности двигателя [2]. Разработка этого продукта (товара), а именно моторного масла стала возможностью и необходимостью удовлетворения потребности клиентов в масле, которое обладает такими характеристиками как:

- низкая вязкость;
- возрастание эффективности применения топлива;
- оптимальный уровень защиты;
- содействие снижению выбросов вредных веществ.

Исследования показали, что в практической деятельности стратегия маркетинговых инноваций основываются как, правило, в процессе применении 3 основных технологий управления рынка:

- выход на новые целевые рынки;
- новое позиционирование продукта (как следствие дифференциации);
- использование нововведений в сфере маркетинговой политики («3Р» - price (ценовая), place (сбытовая), promotion (стратегия продвижения)).

Многочисленные организации, различные компании достигают значимого повышения конкурентоспособности в целом за счет постоянных инноваций в этих сферах маркетинговой работы. К примеру - началу продаж автомобиля «Фольксваген-Жук» нового поколения, сохранившего внешние формы своего предка конца 40-х годов, предшествовало

заблаговременное представление, сопровождаемое активной рекламной фирмой [3].

Особое внимание также целесообразно уделить и маркетинговой стратегией, а именно грамотной сегментации рынка, которую в той либо иной степени применяет значительная доля организаций. По мере усиления конкурентной борьбы, деятельность организации все чаще сводится к удовлетворению потребностей и нужд единичных сегментов рынка. С целью достижения данной миссии продукту присваивается несколько характеристик и качеств, в особенности востребованных данной целевой группой. Так, сегментация отечественного рынка легковых машин на примере Ford[4]. Европейская систематизация легковых машин:

- сегмент А (особо малый класс, супермини, городской автомобиль);
- сегмент В (малый класс - знаменитый в Европе класс малогабаритных машин);
- сегмент С (гольф-класс, низший средний класс, 1-й средний класс - универсальные, относительно суперкомпактные, но более вместительные автомобили);
- сегмент D (средний класс, 2-й средний класс - средний либо семейный класс);
- сегмент Е (бизнес-класс, высший средний класс - обычно седаны и универсалы);
- сегмент F (представительский класс, высший класс);
- сегмент S (спорткары, купе и кабриолеты);
- сегмент М (минивэны и универсалы повышенной вместимости).

Соответственно в зависимости от критериев сегментации рынка можно четко определить его сегменты и разбить их по возрастной категории (от 18 до 25, от 26 до 45 и свыше 45).

По уровню дохода:

- высший слой («хай-класс», элита, топ-менеджеры, руководящие высоких уровней) - покупатели исключительно дорогих, «престижных» автомобилей;
- средний слой (предприниматели, средний слой управленцев, независимые работники, квалифицированные работники) является покупателями недорогих и дешевых (поддержанных) автомобилей;
- низший слой (неработающие пенсионеры, рабочие промышленности и с/х, безработные) стремятся приобретать недорогие автомобили с хорошими характеристиками.

По потребительским предпочтениям и искомым преимуществам: удобство, гарантии безопасности, эксплуатационные характеристики, приемлемая цена, скоростные характеристики.

Особое внимание необходимо обратить и на организационные инновации, при осуществлении которых меняется структура управления, вводятся новейшие стандарты, структуры управления, формируются новейшие ценности и стратегические ориентиры. Как правило, такая тактика имеет цель повысить производительность и удовлетворенность работников, а также обеспечить результативную организационную структуру.

Важно отметить, что разработка и внедрение инноваций, различных инновационных стратегий, а, соответственно и осуществление инновационного процесса напрямую определяет и влияет на возможность осуществления инвестиционной деятельности. Инновационная деятельность и инновационная деятельность практически не могут существовать друг без друга, это просто невозможно, так как инновации требуют инвестиций, а приток инвестиций возможен при наличии инноваций. Соответственно, это взаимодействие позволяет проводить, осуществлять:

- маркетинговые исследования;
- вложения средств с целью сохранения и увеличения капитала;
- проектирование, строительство, пуск или приобретение готового объекта;
- получения прибыли.

Сегодня важно активизировать приток инвестиций, прежде всего в материальное производство, которое определяет развитие всей экономики, за счет совершенствования производственного процесса на инновационной политики, грамотно разработанной инновационной стратегии, а, соответственно – инноваций в деятельности организации в целом. Привлекая инвестиции в производство, нужно предусматривать, в какие области экономики они направляются. Максимальные конкурентные преимущества получают хозяйствующие субъекты, которые вкладывают средства в формирование технологий, причем в те, отдача от которых никак не вынудит себе ждать [5].

На основании изложенного выше, можно говорить о том, что инновационная деятельность, это возможность быть «первым», возможно даже «единственным» на том или ином рынке, за счет получения качественной (первичной) маркетинговой информации, для сбора которой важно не жалеть инвестиций, так как от качества проведенных маркетинговых исследований зависит положение организации на рынке, да и в конкурентной борьбе в целом. Качественная, своевременная информация позволит создать такой инновационный товар, продукт, которого еще нет на рынке, то есть она дает возможность быть «первопроходцем» на современном рынке. Для любой организации значима не только лишь сама инновация, но и оперативность её внедрения. Создать новую, инновационную продукцию - это только 50% успеха.

Нужно результативно и своевременно ее вывести на рынок, инновация должна быть актуальна «здесь и сейчас» [6].

Таким образом, значимость инновации в достижении конкурентоспособности состоит в том, что они предоставляют организациям возможность достичь научно-технического доминирования на рынке и соответственно достичь желаемой победы в конкурентной борьбе. Однако, чтобы быть конкурентоспособной, организации необходимо применять высокоэффективные формы, системы и модели управления инновационным развитием. Эти системы управления способствуют постоянному улучшению качества выпускаемой продукции и обеспечивают повышение уровня удовлетворенности как своих, так и потенциальных потребителей. Соответственно, это позволяет говорить, о том, что инновация в современных условиях, в условиях конкуренции выступает как один из первостепенных источников не только создать конкурентные преимущества организации, но и возможность их удержать. Инновации – инструмент конкурентоспособности организации на современном «требовательном» рынке, это залог стратегического успеха, это залог процветания!

Список литературы:

1. Инновационный менеджмент [Электронное издание]: учеб. пособие/ сост. Фоменко В.Н.- Электронные текстовые данные.- Волгоград: Волгоградский университет бизнеса, Вузовское образование, 2013.- Режимдоступа: <[http://iprbookhop/](http://iprbookhop.ru/11318)>. ru/11318.- ЭБС « IPRbooks», попоролу.
2. BMW, InvestorPresentation, China, 2010-2013
3. Канунников С. Фольксваген // Журнал за рулем.1998. №8.
4. Ford - банкрот // Вести экономика - <http://www.vestifinance.ru/articles/6318>
5. Баранчеев, В.П. Управление инновациями: учебник/ В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова- М.: Юрайт, 2016г.
6. Бовин, А.А. Управление инновациями в организации [Текст]: учеб.пособие/ А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович.- 2-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2015г.

*Канцеров Р.А., к.э.н., профессор
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск*

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность проблемы заключается в объективном поиске принципиально новой концепции управления, включающей антикризисное

управление как элемент естественного предупреждения и позволяющей эффективно использовать взаимный ресурсный потенциал микроэкономических организаций и макроэкономики на основе стратегического управления Воспроизводства. Сегодня кризис рассматривается как естественное явление экономики, в ходе которого «выживают» те компании, которые в наибольшей степени отвечают запросам своих клиентов. Антикризисное управление финансами, как инструмент для регулирования состояния предприятия, сейчас находится на пике популярности. [1, с. 548].

Формирование системы антикризисного управления позволит достичь устойчивого сбалансированного состояния, при котором предприятие сможет соответствующим образом влиять на изменения во внешней среде. Таким образом, устойчивое развитие предприятия можно рассматривать как механизм возмещения, который позволяет компаниям ориентироваться в дестабилизирующее влияние внешней и внутренней среды при одновременном развитии.

В управлении предприятием в докризисный период основная роль отводится управлению финансами. [2, с. 251]. Это предопределяет сочетание стратегических и тактических инструментов для финансовой поддержки бизнеса, позволяя вам находить эффективные финансовые решения и эффективно управлять своими деньгами. На первом этапе должна быть проведена комплексная диагностика финансового состояния организации. Основой финансовой диагностики в управлении кризисами является финансовый анализ, рассматриваемый как процесс выявления и обобщения финансовой информации, результатом которого является разработка рекомендаций сотрудников как формальной основы для принятия управленческих решений. В докризисной ситуации финансовое состояние организации характеризуется как нестабильное.

Несмотря на различные методы и подходы к учету факторов и причин кризисных явлений и даже объектов управления, эксперты единодушны в том, что основой антикризисного управления является своевременное выявление угрозы и оперативного органа необходимых мер. Комплексное решение для автоматизации финансовых задач позволит своевременно диагностировать докризисное состояние предприятия и принять необходимые меры для предотвращения ситуации банкротства. [3,с.576]

Чтобы своевременно получать полные и достоверные данные о финансовом состоянии предприятия, специалистам компании необходимо решение, которое позволит им реализовать полный цикл финансового управления и контролировать финансовые данные о деятельности предприятия на всех этапах цикла. [4,с.328]

На практике становится необходимым составлять бюджетный план для компании не только на короткий и средний срок (месяц, квартал, год) и

визуально контролировать его выполнение путем сравнения плана и факта. Бюджетный план также может быть построен в разных сценариях: оптимистичный, реалистичный или пессимистический. Сравнивая фактические данные с запланированными данными и данными бюджетов разных периодов, вы сможете оценить динамику развития компании и управлять финансовыми потоками в направлении, необходимом для развития. Как только выясняется, что бюджет утратил актуальность, то есть произошли существенные изменения, которые должны быть отражены в планах компании, его необходимо пересмотреть. Как правило, изменение бюджета происходит один раз в месяц. Система должна обеспечить легко настраиваемую гибкую аналитическую визуальную отчетность, чтобы с помощью необходимых параметров вы легко могли получить визуальное представление бюджета проекта, денежного потока, динамики развития предприятия. Внедрение бюджетирования является одной из стратегических задач управления предприятием. Недооценка важности этого проекта руководством компании может нанести серьезный ущерб. Внедрение системы бюджетирования глубоко затрагивает и изменяет принципы управления фирмой. Тем не менее, эта задача часто воспринимается как техническая, которая не должна рассматриваться лично руководством компании, хотя, по логике вещей, создание методологии и автоматизация бюджетирования должны быть в центре внимания первого лица. Важно, что именно лидер инициировал глубокие изменения, вызванные реализацией.

Часто случается так, что после принятия решения о необходимости внедрения системы бюджетирования начинают приступать к поиску и приобретению программного продукта. Более эффективным вариантом было бы сначала разобрать вашу собственную методологию составления бюджета, принимая во внимание специфику ведения бизнеса с компанией. Затем на этой основе создайте список четких требований и характеристик для выбранных инструментов автоматизации. Автоматизированная система бюджетирования позволит значительно сократить период бюджетного планирования, повысить прозрачность финансово-хозяйственной деятельности компании, улучшить управление ресурсами компании, выявить дополнительные запасы ресурсов и подскажет, куда их необходимо перераспределить. В итоге сократятся непредвиденные потери средств, начнет повышаться рентабельность бизнеса, и все это приведёт к росту капитала компании и улучшит ее финансовое состояние.

Список литературы:

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992. — 702
2. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) М.:Прогресс, 1986.

3. Станкин М. Требования к личности руководителя. — Консультант директора, 2000, № 16.

4. Николаева Н.П. Экономическая теория [Электронный ресурс]; Учебник для бакалавров / Н.П.Николаева. – М.: Дашков и К, 2013. – 328 с.

Яндиев Р. И.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Абдокова Л. З., к. э. н., доцент

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

ЭФФЕКТИВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В условиях кризиса покупательская активность населения падает, в поведении осторожность берет верх над стремлением покупать новые товары. Расставаться со своими деньгами покупатель хочет с меньшей активностью и многие маркетинговые инструменты не работают.

В этой связи, целесообразно в условиях кризиса использовать 3 ключевых маркетинговых принципа и это, прежде всего:

- измеримость рекламной отдачи;
- целевое расходование рекламного бюджета;
- акцент на заинтересованные в покупке сегменты аудитории.

И в период кризиса возрастает роль тех маркетинговых инструментов, с помощью которых эти 3 принципа будут эффективно работать, а именно:

- контекстная реклама;
- мобильный маркетинг;
- реклама в социальных сетях со «сложным» маркетингом (использование данных по конверсиям, аудиториям и т. д.);
- лидогенерация;
- комплексная (сквозная) аналитика.

Подкрепляет эти инструменты целый набор аналитических программ, позволяющие сегментировать аудиторию, эффективно отслеживать и грамотно прогнозировать поведение определенного потребителя.

Хотелось бы отметить, что контекстная реклама представляет собой рекламные объявления, которые размещены через партнерские и тизерные сети на сотнях тысяч сайтов. Крупнейшими являются Google Display Network (контекстно-медийная сеть) и рекламная сеть «Яндекс», сегодня они являются наиболее эффективными в плане того, что ищет и может найти пользователь.

Согласно данным Ассоциации коммуникационных агентств России, в кризис контекстная реклама выступает единственным сегментом, в котором рекламодатели способны увеличить бюджеты. Современные Интернет-маркетологи работают, прежде всего, над усилением результативности этого инструмента, за счет проведения анализа отдачи тематических площадок (сайтов-партнеров поисковых систем, на которых размещается реклама), текстовых и графических блоков.

В настоящее время тематические площадки обеспечивают приток достаточно большого количества посетителей по рекламным объявлениям. Для того, чтобы эти объявления были эффективны, маркетологи рекомендуют сделать специальные настройки. Так, например, предлагая косметические средства, гораздо целесообразнее рекламировать их на косметологических и медицинских порталах, возможно в женском Интернет-глянце и популярных beauty-блогах.

Хотелось бы обратить внимание и на тексто-графических блоки (ТГБ), которые в свою очередь дают хороший эффект. Заходя на какой-нибудь сайт, потенциальный потребитель товара или услуги сразу видит информацию, которая соответствует его интересам и это обеспечивает переход потребителя на рекламируемую площадку. Тексто-графические блоки могут размещаться через партнерские рекламные сети, а также напрямую на отдельных сайтах.

Немаловажное значение играет и мобильный маркетинг, однако можно сказать, что мобайл – это тот инструмент, который еще не полностью изученный российскими маркетологами, но маркетологи, активно работающие в этом пространстве давно, уже не являются первопроходцами. Так как основные инструменты - таргетирование по устройствам, демографии и географическому положению уже разработаны и результативность рекламных акций сегодня отлично прогнозируется. С уверенностью можно говорить о том, что аудитория мобильных сайтов и приложений стремительно расширяется, соответственно это возможность практически ежесекундно находить потенциальных потребителей.

Исследования показали, что во многих сегментах мобильный трафик повысился до 20–50% и доля мобильных пользователей продолжает расти. Бренды работающие в этих сегментах видят смысл адаптировать свои рекламные предложения под аудиторию мобильных гаджетов, так как сегодня это «веяние» современной действительности.

Поэтому в кризисном положении экономики особое внимание следует уделить активной работе в этом направлении, а именно работе с мобильной рекламой, с учетом того, что конкуренция на данной нише сравнительно еще более низкая, чем в классической. Однако необходимо грамотно проводить свои рекламные кампании, чтобы выделенный бюджет не был потрачен впустую.

Следовательно, можно сказать, что сегодня социальные сети - это площадка, которая реально дает возможность привлечь потенциальных

потребителей тем производителям, кто реально готов вложить средства на «раскрутку» своей рекламы в сети Интернет [1]. Современная действительность говорит о том, что с помощью социальных сетей можно генерировать трафик не только для интернет-сайтов, но и для офлайн-ритейла, к примеру, раздавая промокоды для участия в различных акциях допустим торгового центра или же путем информирования пользователя о медицинской клинике (пиццерии, кафе), которые расположены к нему ближе всего. Интересен тот факт, что в таких рекламных кампаниях деньги тратятся целенаправленно. Ярким примером может выступать Facebook, который позволяет привязать показ баннеров к региону, а, например, «В Контакте» дает уникальную возможность таргетировать показ рекламы на разные станции метро в крупных городах.

Поэтому дополнительные сложные настройки, применение инструментов маркетинга делают возможным подобрать именно ту аудиторию, которая интересуется бизнесом, предлагаемым товаром или услугой производителя. В этой связи появляется возможность отбирать людей по различным признакам:

- пол, возраст, интересы, образование, география;
- доход;
- группы конкурентов;
- тип устройства, браузер;
- по адресам почты и номерам телефонов, если выгружать клиентскую базу, и т. д.

Смело можно утверждать, что социальные сети «захватили» практически все активное население страны, а это позволяет для того, чтобы сформировать наиболее точный портрет будущего потенциального потребителя, возможно даже портрет потенциальной группы потребителей. Однако необходимо тестировать различные настройки рекламы, так как с первого раза практически никогда не получится угадать самый «покупающий» портрет аудитории. В этой связи целесообразно создавать несколько рекламных кампаний с разными настройками, которые позволят охватить наибольшую часть потребителей, после чего анализировать эффективность каждой с помощью аналитики проведенных маркетинговых исследований.

Нельзя обойти вниманием и лидогенерирующие элементы, инструменты маркетинга, которые могут выступать в форме заявки, лендинга, целенаправленного сегментирования аудитории, различные рассылки и акционные предложения с формой прямого отклика и т. д..

Лидогенерирующие элементы выступают как один из самых мощных маркетинговых инструментов по привлечению клиентов на данный момент. Можно сказать, что этот «тренд» еще не проник во все сегменты Интернета, но при этом он существенно окреп за последнее время, а именно, за последние 3 года.

Лидогенерация - это качественный подход, который позволяет грамотно сфокусировать рекламные затраты на обработке потенциальных клиентов, потребителей с максимальным потенциалом. Классическая медийная реклама не может обеспечить такой сфокусированный, по сути прямой эффект, при котором значительная часть средств будет израсходована на «холодную» аудиторию. Можно сказать, что это аудитория, которая находится на краю «воронки» продаж, при этом часть этой аудитории уйдет на «теплую», которая может быть когда-нибудь что-нибудь закажет, и только незначительная часть, незначительный процент вложенных финансовых средств, вложений придется на «горячий» центр этой «воронки». Лидогенерирующие инструменты позволяют качественно осуществлять вложения, вкладывать выделенный рекламный бюджет именно в центр.

Стремительный рост Интернета во всем мире требует изучения целей, задач и современных направлений развития интернет-маркетинга, позволяющего познакомиться с инновационными технологиями реализации маркетинговой деятельности. Сегодня сеть Интернет используется в различных областях: в науке, технике, экономике, образовании [2].

Необходимо отметить и тот факт, что лидогенерация является более эффективной по сравнению с презентационными Интернет-инструментами: визитки, сайты брендов. Если «на заре» Интернет-маркетинга усилия были направлены на генерацию трафика, увеличение числа показов, то теперь работа ведется более узконаправленно. Практика показала, что брендам мало просто увеличения числа показов и соответственно снижения числа отказов. Не важно, что пользователь провел на сайте 3-4 часа, однако так и не сделал покупку? Конечно, есть шанс, что он все-таки сделает заказ чуть позже, но в кризисных условиях тренды не в «накачивании» имиджа, а в конкретных целенаправленных действиях. Сегодня главное - это результат, а именно заявки, заказы, покупки, регистрации, участия в акциях.

Соответственно, для проведения успешной кампании по лидогенерации диджитал-маркетологи осуществляют сегментацию, выделяют аудиторию, за счет отсеивания незаинтересованных пользователей, потребителей и концентрируя свое внимание на тех, кто действительно совершает конверсию (обращение, звонок, покупку и т. п.). Так, как известно, если в брендинге ключевым моментом является охват, то при лидогенерации основное внимание направлено на улучшение показателей рекламных кампаний, которые приносят, как правило, значимый экономический эффект.

В заключение, нельзя не отметить и значение комплексной (сквозной) аналитики, использование которой позволяет точно отследить, какие рекламные каналы смогли привлечь на сайт заинтересованных

пользователей, потенциальных потребителей, покупателей, с какой кампанией больше звонили или оставляли заявок, совершали больше покупок, какое объявление, баннер или текст дали наибольший эффект для увеличения уровня продаж. На основании этих данных можно отключить неэффективные каналы и креативы, усиливая только те из них, которые позволяют повысить уровень продаж. Практический опыт сегодня показал, что аналитика увеличивает эффективность вложений инвестиций в рекламу в разы, а также позволяет быстро обойти конкурентов, которые не придают значение использованию современных инструментов. Кроме того, аналитика позволяет увидеть закономерности поведения аудитории, потенциальной группы потребителей и найти новые возможности, способы и инструменты по привлечению новых.

Список литературы:

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с.
2. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - М.: Издательство Юрайт, 2015. - 288 с.

Бытдаева М. М.
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск
Урчукова Ф. Ч., к. э. н., доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая
академия, г. Черкесск

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ, РАБОТАЮЩЕЙ В ОТРАСЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Будучи основным звеном национального экономического комплекса, организация, работающая в отрасли легкой промышленности, концентрирует все ресурсы производства. Оценка производственных возможностей организаций, а также параметры и характеристики их производственных ресурсов важны для принятия решений.

Более полное и рациональное использование основных фондов и производственных мощностей организации способствует улучшению всех ее технико-экономических показателей: росту производительности труда, увеличению рентабельности активов, увеличению выпуска продукции, сокращению ее себестоимости и экономии капитальных вложений [1].

Одним из наиболее важных факторов повышения эффективности организаций отрасли легкой промышленности, является наличие их производственных ресурсов в требуемом количестве и ассортименте и их

более полное использование. В настоящее время в условиях рыночной экономики, когда характерна экономическая нестабильность, когда за развитием следует период кризисов, организациям, работающим в отрасли легкой промышленности необходимо повысить экономическую эффективность организации. Проблема повышения эффективности производства занимает одно из центральных мест в экономической жизни организации. Суть проблемы повышения экономической эффективности производства заключается в увеличении экономических результатов на единицу затрат в процессе использования имеющихся ресурсов [2].

Изучение производственных ресурсов, направленных на поиск путей их более эффективного использования, становится все более актуальным, и сама проблема приобретает национальное экономическое значение.

В условиях функционирования рыночных отношений организация изучает рыночную ситуацию, возможность партнеров, движение цены и на их основе организуют материально-техническую поддержку собственного производства, приобретая ресурсы на рынке товаров и услуг. На предприятии основную роль обеспечения материальными ресурсами производства играет план материально-технического снабжения, которая определяет потребность в ресурсах. Необходимым условием для реализации планов создания продукции, снижения ее стоимости, увеличения прибыли, рентабельности является полное и своевременное предоставление организации сырья и материалов требуемого диапазона и качества. Уровень материально-технического снабжения напрямую влияет на производственную работу организации. Рациональное использование материалов и применение передовых технологий позволяют снизить стоимость потребляемых материалов, сократить время их переработки, что означает снижение трудоемкости и капиталоемкости продукции, в конечном счете, для снижения ее стоимости [3].

ООО «Селена» - один из крупнейших производителей термосклеенного силиконизированного синтепона, изготовленного из полиэфирного волокна собственного создания. Полученный таким способом синтепон, обладает максимально высоким уровнем качества и лучшими техническими показателями среди других видов синтепона. Также, организация производит вспушенный синтепон для применения в домашнем текстиле.

Сегодня синтепон является одним из популярных и востребованных нетканых материалов для создания подушек, одеял, покрывал, стеганного постельного белья и другого домашнего текстиля. [5]

Ассортимент организации включает в себя обширные коллекции текстиля для дома. Готовые швейные изделия: подушки, одеяла, пледы, комплекты постельного белья и многое другое.

Организация производит расширенный ассортимент наполнителей для домашнего текстиля такие, как овечья шерсть, верблюжья шерсть,

бамбук, лебяжий пух. А также серию наполнителей, пропитанных эфирными маслами целебных трав: жасмин и роза, ромашка, шиповник и др. Организация обладает собственным цехом по пошиву сумок для упаковки домашнего текстиля.

Таким образом, сегодня организация ООО «Селена» является системообразующей, вертикально интегрированной компанией, производственная работа которой охватывает широкий диапазон: от переработки ПЭТ-бутылки до создания текстильных изделий (подушки, одеяла, матрасы).

Организация постоянный участник федеральных и региональных выставок, а также является лауреатом самых престижных наград в сфере текстильной промышленности. Продукция организации используется в изделиях легкой, мебельной, текстильной, строительной и автомобильной промышленности, это дает широкий рынок сбыта.

Стабильное финансовое положение организации во многом определяется ежегодным увеличением объема производства, ростом продаж и прибыли. В настоящее время ассортимент организации состоит из более чем 50 видов продукции.

Селена обеспечивают работой большое количество людей. В организации работают более 750 человек. Благодаря этим людям на сегодняшний день продукция организации занимает прочные позиции на рынках не только Юга России, но, а также во многих других регионах страны и зарубежья. Все они являются профессионалами своего дела.

ООО «Селена» организовала свой персональный цех по переработке вторсырья в виде ПЭТ бутылок для дальнейшего собственного создания полиэфирного химволокна и другой производной из него продукции. ПЭТ Флексы - пластиковые хлопья из дробленных ПЭТ бутылок для создания химволокна. Само по себе переработка вторсырья не является инновацией в России, но это новая технология для КЧР.

Создание такой линии переработки позволило отказаться от закупок дорогого ПЭТ гранулята и значительно снизить затраты организации, что сделало продукцию конкурентоспособной. ООО «Селена» представляет собой одну из самых крупных и масштабных организаций, занимающихся производством полиэфирного химического волокна. В процессе создания используются современные европейские технологии. Производство осуществляется на немецком оборудовании организации Neumag.

Полученный таким способом синтепон обладает максимально высоким уровнем качества и лучшими техническими показателями среди других видов синтепона. Также, организация производит вспушенный синтепон для применения в домашнем текстиле [6].

Так как ООО «Селена» занимается выпуском термосклеенного силиконизированного синтепона из которого потом делают одеяла, подушки и т.д., то наличие собственного создания полиэфирного волокна

приходится весьма кстати, так как благодаря собственной производству они могут снизить себестоимость своей продукции.

Благосостояние национальной экономики зависит от того, насколько эффективно работают организации. Производственные ресурсы организации являются материальной предпосылкой ускорения НТП. Существует корреляция между ними: чем выше технический и экономический уровень элементов потенциала и степень их использования, тем мощнее база научно-технического прогресса, тем шире горизонты внедрения своих достижений. Ухудшение использования производственных ресурсов увеличивает единовременные инвестиции и текущие затраты на каждый рубль роста доходов, поскольку для обеспечения стабильных темпов развития организации становится необходимым отвлекать растущую часть дохода на наращивание производства ресурсов легкой промышленности, для компенсации снижения его прибыли [4].

Полное и своевременное предоставление организации сырья и материалов необходимого ассортимента и качества, сокращение его потерь при хранении и транспортировке, улучшение использования сырья и материалов, минимизация отходов, улучшение навыки работников, и т. д. является предпосылкой для реализации планов производства продукции, снижения ее стоимости, увеличения прибыли, рентабельности.

Список литературы:

1. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / Под общ. ред. Градова А. П., С.-П., 2014.
2. Грузинов В.П. Экономика организации: Учебник для вузов. - М.: Юнити-ДАНА, 2014.
3. Матеуш Т.А. Экономика фирмы: Пособие для сдачи экзамена. - М.: Юрайт-Издат, 2015.
4. Сергеев И.В. Экономика организации: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2014.
5. Официальный сайт ООО «СЕЛЕНА». URL: <http://selenatex.ru>

«АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА»

Сборник материалов XVIII Региональной научно-практической конференции (26 апреля 2018 года)

Корректор Чагова О. Х.
Редактор Чагова О. Х.

Сдано в набор 24.12.2018 г.
Формат 60×84/16
Бумага офсетная
Печать офсетная
Усл. печ. л. 871
Заказ № 3348
Тираж 100 экз.

Оригинал-макет подготовлен
в Библиотечно-издательском центре СевКавГГТА
369000, г. Черкесск, ул. Ставропольская, 36