
УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА В XXI ВЕКЕ

2/2017

научно-практический журнал

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

МАКС О.Н.

Основные направления совершенствования финансового состояния
предприятий в системе антикризисного управления.....4

КАЙГОРОВОДА Г.Н., СЕФЕРЯН М.Л.

Перестраховочная защита как фактор обеспечения стабильности
функционирования страхового рынка России.....8

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

ЛЯЩЕНКО Н.А., РАГАНЯН М.С.

Сущность и особенности формирования капитала в коммерческом банке.....14

ЖМЕНЯ Л.Т., ПОПАНДОПУЛО Е. Д.

Место и роль некредитных банковских продуктов
в корпоративной банковской сфере.....20

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

РОГАНЯН С.А., СОСНИЦКАЯ Е.Е., БУРГУН Н. В.

Маркетинговая стратегия и ее роль в развитии организации.....25

УПРАВЛЕНИЕ И
ЭКОНОМИКА В XXI ВЕКЕ
ISSN 2312-9778

Главный редактор
**А.Ю. Яковлева-
Чернышева**

Компьютерная верстка
С.К. Вейкуть

Технический редактор
Н.А. Разливинская

Корректор
И.Ю. Якунина

Адрес редакции:
Россия, 354000, г. Сочи,
ул. Орджоникидзе, 10а,
e-mail:
economy-i-upravlenie@mail.ru

Подписано в печать
22.05.2017 года
Усл. п.л. 11. Тираж 500 экз.
Отпечатано в типографии
Международного
инновационного университета
Заказ № 50

© Международный инновационный
университет, 2017

www.economagement.ru

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

ФИЛОНОВА Э.А., БЕРДЫШЕВ О.К.

Дополнительные услуги как способ повышения
эффективности предприятий гостиничного
бизнеса.....30

КАРАБАНОВ К.В., СТЕПАНОВ С.Г.

Инновационный аутсорсинг строительной сферы
на примере города Сочи.....35

ГЛОЯН Р.Р., КАЛИНУШКИН В.С.

Принципы разработки конкурентной стратегии
современного предприятия.....38

МУСТАФИНА А.А., ПОЧЕКАЕВ А.О.

К вопросу об управлении инновационными
рисками.....42

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ И
МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

ХУБУЛАВА Н.М.

Идеология России XXI века.....48

ЗАЙКОВ В.П.

Некоторые результаты авторского исследования
понятия эффективности государственного
управления.....53

АННОТАЦИИ.....58

ОБ АВТОРАХ.....70

CONTENTS

FINANCE AND CREDIT

MAKS O.N. Main directions of improving the financial status of enterprises in the system of anti-crisis management. Pp. 4-8

KAYGORODOVA G.N., SEFERYAN M.L. Reinsurance protection as a factor for the stability of the functioning of the Russian insurance market. Pp. 8-13

DEVELOPMENT OF BANK SPHERE

LYASHENKO N.A., RAGANIAN M.S. Subject-matter and peculiarities of capital formation in the commercial bank. Pp. 14-19

ZHMENYA L.T., POPANDOPULO E.D. The place and role of non-credit banking products in the corporate banking sphere. Pp. 20-25

PROBLEMS OF MODERN MARKETING

ROGANYAN S.A., SOSNITSKAYA E.E., BURGUN N.V. Marketing strategy and its role in the development of the organization. Pp. 25-29

CORPORATE MANAGEMENT

FILONOVA E.A., BERDYSHEV O.K. Additional services as a way to increase the efficiency of enterprises of hotel business. Pp. 30-34

KARABANOV K.V., STEPANOV S.G. Innovative outsourcing of the construction sphere by the example of the city of Sochi. Pp. 35-37

GLOYAN R.R., KALINUSHKIN V.S. Principles of development of the competitive strategy of the modern enterprise. Pp. 38-41

MUSTAFINA A.A., POCHKAYEV A.O. To the question of managing innovative risks. Pp. 42-47

STATE AND MUNICIPAL MANAGEMENT

HUBULAVA N.M. The ideology of the XXI century Russia. Pp. 48-53

ZAIKOV V.P. Some of the results of the author's study of the notion of governance. Pp. 53-57

SUMMARY. Pp. 58-69

OUR AUTHORS. Pp. 70-73

Макс О.Н.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Законы рыночной экономики диктуют хозяйствующим субъектам необходимость своевременного анализа финансового состояния. Это связано с тем, что устойчивое финансовое положение предприятия в перспективе является необходимым условием для его эффективного делового взаимоотношения со своими контрагентами. В условиях платежного кризиса в стране, когда возрастает вероятность нарушения сложившегося финансового положения в результате сотрудничества с «проблемными» хозяйствующими субъектами, для предприятий все более необходимым становится анализ финансового состояния своих деловых партнеров, как нынешних, так и потенциальных.

Для успешного функционирования предприятия в системе антикризисного управления большое значение имеет принятие обоснованных экономических решений на основе всесторонней диагностики финансового состояния и качественной оценки процессов финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта. Значение анализа финансового состояния предприятия в системе антикризисного управления возрастает в связи с тем, что его показатели важны не только для управляющих предприятия, но и для его существующих и потенциальных партнеров (кредиторов, клиентов, поставщиков и др.) [1].

Диагностика финансового состояния предприятий в системе антикризисного управления должна быть направлена не только на оценку текущей финансовой деятельности, но и на осуществление постоянной работы по улучшению финансового состояния хозяйствующего субъекта. Детальный анализ финансового состояния в системе антикризисного управления позволит выявить направления, по которым необходимо вести эту работу, и, в соответствии с полученными результатами анализа, можно ответить на вопрос, каковы важнейшие способы улучшения финансового состояния производственного предприятия в конкретный период его функционирования, а также каковы перспективы его финансово-хозяйственной деятельности и возможности обеспечения устойчивого функционирования и развития [5, 6].

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

Управление дебиторской задолженностью для современного бизнеса - актуальная проблема. С одной стороны грамотная работа с дебиторской задолженностью способствует повышению прибыльности и рентабельности бизнеса, а с другой стороны - это залог экономической безопасности предприятия. В связи с этим, какая система управления дебиторской задолженностью и работы с долгами на предприятии будет создана, зависит, будет ли предприятие эффективным и стабильным.

Одним из способов возврата дебиторской задолженности является ее продажа банку или другому кредитному учреждению - договор факторинга. Обычно такую задолженность продают при острой потребности в денежных средствах, а покупают предприятия, которые являются должниками дебитора. Приобретая дебиторскую задолженность с дисконтной скидкой, они предъявляют ее к погашению должником по полной стоимости [2].

Договор факторинга заключается исключительно с банком или кредитным учреждением и предполагает кроме передачи долга и операцию кредитования под уступку денежного требования. В этом договоре должен быть определен размер вознаграждения, уплачиваемого банку за оказанную операцию, и порядок оплаты дебиторской задолженности. Величина вознаграждения устанавливается обычно в процентах к сумме денежного требования.

Преимущества факторинга для кредиторов заключаются в том, что погашение дебиторской задолженности производится своевременно, сокращаются потери из-за задержки платежей, предотвращается возникновение сомнительных долгов, повышается ликвидность организации; недостаток - в том, что оплата услуг посредника производится в счет получаемой задолженности, в результате чего сумма долга оказывается ниже первоначальной.

Недостатки факторинга: высокая стоимость и негативное впечатление, складывающееся у покупателей в результате смены держателя дебиторской задолженности. Факторинговые фирмы также иногда вызывают негативные чувства у покупателей в связи с командными методами сбора денежных средств по просроченным счетам [3].

В условиях финансового кризиса, когда предприятия сокращают объемы производства, имеют проблемы с денежной наличностью, в целях сохранения рынков сбыта продукции, а также конкурентных позиций неизменно предпочитает предоставление покупателям отсрочек платежей по отгруженной продукции. Это неизбежно влечет риск несвоевременного возврата денежных средств и возникновения убытков. Поэтому автор рекомендует снизить подобные риски,

заключив договор страхования дебиторской задолженности.

Страхование дебиторской задолженности предполагает страхование риска убытков от несвоевременного возврата денежных средств покупателем или его банкротства. Использование этого инструмента может быть эффективно для торговых и производственных компаний, действующих на конкурентных рынках и не имеющих возможности диктовать покупателям свои условия продажи или планирующих завоевание новых рыночных ниш.

После выплаты страхового возмещения у предприятия остается право требования по обязательствам (дебиторской задолженности покупателя в размере установленной с договоре франшизы). Возможно, со временем многие предприятия будут использовать этот инструмент страхования и возможны ситуации, когда разные предприятия будут страховать одного покупателя в одной и той же страховой компании [4].

Основными проблемами производственно-коммерческой и экономической деятельности многих коммерческих предприятий являются высокая себестоимость продукции, значительный удельный вес материальных затрат в стоимости готовой продукции, высокие значения длительности оборота производственных запасов, нарушение сроков поставки ресурсов.

Неплатежеспособность предприятия может быть устранена в течение относительно короткого периода времени за счет осуществления ряда аварийных финансовых мероприятий, причины, генерирующие неплатежеспособность могут оставаться неизменными, если не будет восстановлена до безопасного уровня финансовая устойчивость предприятия. Это позволит устранить угрозу банкротства не только в коротком, но и в относительно продолжительном периоде. [3]

Если организация и в дальнейшем предполагает кредитовать потребителей своей продукции на беспроцентной основе в тех же размерах, то, очевидно, любой полученный им финансовый ресурс (на инвестиционные или иные цели) будет рано или поздно передан его контрагентам.

Целью долгосрочных методов финансового оздоровления является обеспечение устойчивого финансового положения предприятия в долгосрочной перспективе - создание оптимальной структуры баланса и финансовых результатов, устойчивости финансовой системы предприятия к неблагоприятным внешним воздействиям.

Для сокращения убытков и получения прибыли, а также снижения издержек производства необходимо провести анализ производственных запасов. В рамках управления товарно-материальными запасами предприятия рекомендуется:

1. Использовать для контроля над запасами метод «АВС-анализа» в следующем аспекте: разбить запасы ТМЦ на ассортиментные группы по показателю оборачиваемости.

Далее необходимо разработать соответствующие планы поставок групп продукции:

- рассчитать допустимые пределы, в которых могут колебаться запасы продукции первой группы. Это позволит обеспечить возможность поставок наиболее

необходимых товаров «точно в срок», по мере потребления предыдущей партии;

- на продукцию, пользующуюся меньшим спросом, может быть рассчитан размер минимального заказа, при котором достигаются: максимальное использование складских помещений, минимальные издержки хранения запасов, оптимальные условия повторных запасов;

- разработать систему оповещения клиентов, для которых производится поставка конкретной продукции с тем, чтобы сократить время нахождения товара на складе и, как следствие, снизить расходы на издержки хранения (заработную плату персонала складов, арендные и коммунальные платежи, платежи за охрану склада в расчете на единицу запаса).

2. Для исключения вероятности устаревания товаров, рекомендуется ввести систему контроля над сроками использования каждой номенклатурной единицы ассортимента товарных запасов, с тем, чтобы своевременно выявлять некондиционные единицы.

Оценка рациональности структуры запасов позволяет выявить ресурсы, объем которых явно избыточен, и ресурсы, приобретение которых необходимо ускорить, что позволяет избежать излишних вложений капитала в материалы, потребность в которых сокращается или не может быть определена. Не менее важно при оценке рациональности структуры запасов установить объем и состав испорченных и неходовых материалов.

Реализацией указанных мероприятий обеспечивается поддержание производственных запасов в наиболее ликвидном состоянии и сокращение средств, иммобилизованных в запасы.

С целью снижения себестоимости продукции предприятий предлагается найти наиболее выгодных поставщиков.

Таким образом, предлагаемые оперативные мероприятия позволят стабилизировать финансовое состояние предприятия, улучшить структуру его баланса, повысить деловую активность и рентабельность. Это сделает предприятие более привлекательным для инвестора. В свою очередь, привлечение внешних инвестиций позволит реализовать стратегические мероприятия, которые при комплексном планомерном внедрении способны принести значительный эффект в ближайшей перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гайнуллина, Э. Р. Финансово-экономический анализ как инструмент выживания / Э.Р. Гайнуллина // Бухгалтер Татарстана – 2016 – №10 – С. 50-54.

2. Гончаров, А.И. Финансовое оздоровление предприятия: методология и механизмы реализации / А.И. Гончаров // Финансы. – 2016 - № 11. – С. 68-69.

3. Игольников, Г. Экономичность развития производства и основные фонды в промышленности / Г. Игольников, С. Кузнецова // Экономист. – 2015 – №4. –

С.23-27.

4. Черкасова, И. О. Анализ хозяйственной деятельности / И. О. Черкасова. СПб.: Издательский Дом «Нева», 2015. – 192 с.

5. Яковлева-Чернышева, А.Ю. Некоторые аспекты исследования процесса управления устойчивым функционированием и развитием предприятия / А.Ю. Яковлева-Чернышева // Управление и экономика в XXI веке. – 2016. – №1. – С. 61-65.

6. Яковлева-Чернышева, А.Ю. Об управлении устойчивым функционированием и развитием предприятия / А.Ю. Яковлева-Чернышева // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. – 2016. – №2(8). – С. 117-122.

Кайгородова Г.Н., Сеферян М.Л.

ПЕРЕСТРАХОВОЧНАЯ ЗАЩИТА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛЬНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ

Развитие экономики современного государства базируется на инвестиционных ресурсах, источником которых являются финансовые рынки. В развитых странах страховые компании занимают второе место (после коммерческих банков) по объему инвестиционных ресурсов, размещаемых на рынках [13, с. 430]. Очевидно, что по уровню развития наш страховой рынок отстает от ведущих страховых рынков [8, с. 52]. Ключевой показатель – доля страховых премий в ВВП страны – показывает чисто номинальный рост, зачастую обусловленный уровнем инфляции. На рынке происходит сокращение числа субъектов страхового дела. Это связано с процессами слияния и поглощения, действиями регулятора, прекращением деятельности субъектов страхового дела в связи с убыточностью операций [9, с. 93].

Одним из ключевых аспектов, определяющих снижение финансовой устойчивости страховщиков, и, как следствие, отзыв лицензии, является недостаточное использование системы распределения рисков путем перестрахования [6, с. 290].

Страховая компания принимает риски, ответственность по которым может значительно превышать собственные средства страховщика [1, с. 146]. В целях управления техническим риском страховщика, предусмотрены факторы, призванные обеспечивать финансовую устойчивость страховой компании [7, с.

6]. Одним из таких факторов является ограничение единичного риска (система перестрахования).

В настоящее время наблюдается определенная стабилизация в экономической сфере, но вопросы финансовой устойчивости институтов финансового посредничества чрезвычайно актуальны [2, с. 103]. Об этом свидетельствуют данные статистики. С 2013 по 2015 годы доля убыточных страховых организаций выросла с 7,2% до 16,3%, то есть в 2,3 раза [11]. Развитие системы перестрахования является насущной потребностью нормального функционирования любого страхового рынка вообще и страхового рынка при кризисных ограничениях – в частности.

В таблице 1 дана институциональная характеристика российского рынка перестрахования (источником статистических данных является [11]). Прослеживается тенденция сокращения числа компаний, осуществляющих перестрахование, причем в период действия санкционных мер эти темпы увеличились. Эффект реализации валютных рисков выразился в падении совокупного уставного капитала российских перестраховщиков, выраженного в иностранной валюте.

Таблица 1

Субъекты страхового дела, имеющие лицензию на перестрахование

Годы	Страховые компании, имеющие лицензию на перестрахование			Перестраховочные общества		
	Количество	Совокупный уставный капитал		Количество	Совокупный уставный капитал	
		млрд. руб	млн.долл. США		млрд. руб	млн.долл. США
2006	121	61,81	2349,8	26	5,65	214,8
2007	195	91,33	3766,9	30	8,70	358,7
2008	184	98,15	2853,7	25	6,74	196,1
2009	172	97,97	3323,8	22	5,44	184,4
2010	147	105,08	3603,2	21	7,10	243,5
2011	128	122,43	3918,9	19	10,87	348,0
2012	101	131,27	4355,0	14	9,22	305,9
2013	98	146,32	4496,2	13	8,72	267,8
2014	86	155,87	2470,8	13	8,88	140,7
2015	72	136,38	1820,6	7	4,91	65,6
2016	57	134,84	2140,8	5	2,99	47,4

На рынке перестрахования можно выделить два комплекса проблем. Первый возникает опосредованно, через макроэкономику: падение реального ВВП, отток капитала, снижение уровня жизни россиян, высокие процентные ставки на кредитном рынке – ведет к падению сборов на страховом рынке. Второй комплекс проблем возникает непосредственно из санкционной политики Запада. За

введением санкций следует снижение рейтингов. Размещение рисков в перестрахование на развитых западных рынках стоит теперь для российских страховщиков намного дороже.

Очевиден факт, что перестрахование является эффективным механизмом, обеспечивающим финансовую устойчивость страховых компаний [3, с. 111]. Но российские страховщики стали пренебрегать этим механизмом. Доля премий, передаваемых в перестрахование, снижается, становится высокой доля собственных удержаний страховых компаний (рисунок 1).



Рисунок 1. Динамика показателей рынка перестрахования РФ

По-прежнему, значительная доля рисков передается на перестрахование за рубеж. По итогам 2016 года 85,2% премий по перестрахованию передается за пределы России. В настоящее время невозможно обеспечить эффективную защиту интересов страхователей без использования западных перестраховочных емкостей.

Основная проблема – это низкая емкость российского перестраховочного рынка. За период 2013-2016 гг. (таблица 2) совокупный уставный капитал компаний, имеющих лицензию на перестрахование, сократился на 16,4%, со 164,75 млрд.руб. до 137,83 млрд. руб., а в долларовом выражении, с учетом девальвации рубля, более, чем в два раза. Проблема, являющаяся следствием, – уход финансовых ресурсов с российского финансового рынка. Денежные потоки объемом, как минимум, 100 млрд. руб. могли бы ежегодно обращаться на российском финансовом рынке в качестве инвестиционных ресурсов. В условиях

действия антироссийских санкций возник целый ряд проблем: рост тарифов на перестраховочную защиту за рубежом, отказ зарубежных перестраховщиков от принятия ряда рисков.

В работе Н.В.Шевцовой с соавторами [12, с. 299] систематизированы риски российских перестраховщиков в 2015 году. Хотелось бы пересмотреть и дополнить эти риски с учетом текущей ситуации. В частности, для 2017 года в качестве рисков для российской системы перестрахования мы рассматриваем:

– отсутствие четких сигналов в политике западных стран, до настоящего момента высказывающих мнения о необходимости введения новых санкций и усилении действующих. В случае реализации худшего сценария (то есть введения новых санкций) это грозит задержками в оплате страхового возмещения по уже размещенным рискам, невозможностью размещения новых рисков в странах, которые ввели санкции, прекращение перестраховочной защиты по уже действующим договорам перестрахования;

– продолжающееся действие антироссийских санкций и невозможность размещения целого ряда рисков по санкционным объектам за рубежом, что дает дополнительную нагрузку на внутренний перестраховочный рынок;

– падение объемов промышленного производства в первые месяцы 2017 года, что ведет к ухудшению прогнозов российской экономики и возможному пересмотру странового рейтинга в сторону понижения, что ведет, как минимум, к последующему удорожанию стоимости перестраховочной защиты за рубежом, а, как максимум, к отказу на принятие рисков на перестрахование;

– возможное падение объемов ВВП (по оценкам Внешэкономбанка, ВВП РФ за январь-февраль 2017 года сократился на 0,4% против аналогичного периода прошлого года [10]), что приведет к сокращению объемов розничной торговли, кредитования, инвестиционной активности и проч., далее – к сокращению объемов страхового рынка и дальнейшим снижением премий, передаваемых в перестрахование;

– сокращение числа страховых организаций, в том числе имеющих лицензию на перестрахование, продолжение снижения емкости внутреннего перестраховочного рынка (без учета «Российской национальной перестраховочной компании» – далее РНПК).

Таким образом, рынок перестрахования аккумулирует в себе ряд проблем, причем центр ответственности за многие из них находится в реалиях страхового рынка. Основные из них:

– низкая емкость внутреннего перестраховочного рынка, сокращение и без того малого числа специализированных перестраховочных обществ, невысокий уровень их капитализации как по отношению к универсальным российским страховщикам, так и к иностранным перестраховщикам;

– низкий уровень доверия к партнерам по перестраховочному бизнесу, риск потери страховщиком клиентов вследствие раскрытия информации перед перестраховщиком;

– высокий уровень собственных удержаний страховщиками;

- предоставление перестраховочной защиты на условиях взаимности, зачастую эквивалентность взаимоотношений по объемам передаваемой премии не сопровождается аналогичным процессом по качеству передаваемых рисков;
- российским перестраховщикам остаются качественно худшие риски.

В 2016 году была создана «Российская национальная перестраховочная компания» с оплаченным уставным капиталом 21,3 млрд. руб. Как предполагает руководство РНПК, в 2017 году суммарная величина перестраховочных премий составит 12,5 млрд. руб., из них 500 млн. руб. по санкционным объектам. Таким образом, из 100 млрд. руб., уходящих на международный перестраховочный рынок премий, 12,5 млрд. руб. гипотетически могут остаться на российском финансовом рынке.

Без налаженной системы перестраховочной защиты страховой рынок России потеряет свою финансовую устойчивость [5, с. 352]. В кризисный период, для поддержания устойчивости страхового рынка и сохранения денежных потоков для операций на внутреннем финансовом рынке целесообразно участие государства в лице национального перестраховщика [4, с. 84]. По мере улучшения макроэкономической ситуации целесообразно уменьшение доли участия государства в перестраховочной компании.

В целом, российская система перестраховочной защиты нуждается в комплексе поддерживающих мер. По нашему мнению, пути развития здесь могут быть следующие:

- продолжение очищения рынка от недобросовестных участников и от схем, связанных с «псевдоперестрахованием»;
- внедрение мер государственного регулирования в части обязательной передачи определенной доли от всех рисков, принимаемых на страхование, в перестрахование, как фактора обеспечения финансовой устойчивости страховщиков, закрепленного на законодательном уровне;
- с точки зрения обеспечения адекватной передачи рисков среди национальных страховщиков необходимо стимулирование создания перестраховочных пулов, в том числе путем формулирования регулятором и законодательного закрепления требований по финансовой устойчивости компаний, входящих в пул;
- развитие предложений услуг по перестрахованию для рисков из-за рубежа, с одновременным повышением качества андеррайтинга;
- потребности в перестраховании могут быть во многом покрыты участниками рынка ряда дружественных России стран, показывающими высокие темпы экономического роста, в первую очередь, это страны БРИКС;
- изучение возможности создания единого перестраховочного пространства в рамках ШОС и ЕврАзЭС. Одновременно активное развитие предложений емкостей российского перестраховочного рынка для размещения рисков из Азии, Ближнего Востока.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алякина Д.П. Некоторые итоги и тенденции развития страхового рынка Республики Татарстан // В сборнике: Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы, перспективы Материалы XVI Международной научно-практической конференции. – Ярославль, ЯрГУ, РОСГОССТРАХ, 2015. – с. 145-151.
2. Величко Н.Ю., Осадчая Н.Н. К вопросу об управлении рисками в страховании // Science Time. – 2015. – № 4 (16). – с. 102-109.
3. Величко Н.Ю., Утыра О.С. Особенности доходного подхода оценки стоимости страховой компании // Science Time. – 2015. – № 4 (16). – с. 110-114.
4. Иванов М.Е. Мегарегулятор финансового рынка России: проблемы становления и пути совершенствования // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. – 2016. – № 4 (6). – с. 81-86.
5. Мустафина А.А. Предпосылки развития страхового рынка РФ // В сборнике: Социальная роль системы страхования в условиях рыночной экономики России Сборник трудов XV Международной научно-практической конференции. – 2014. – с. 351-354.
6. Мустафина А.А., Пыркова Г.Х. Исследование условий формирования страхового портфеля // Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы, перспективы Материалы XVI Международной научно-практической конференции. – 2015. – с. 290-293.
7. Пыркова Г.Х. Методы и механизмы осуществления инвестиционной банковской деятельности // Современные аспекты экономики. – 2015. – №6. – с.5-12.
8. Федоренков В.В. Шесть мифов страхования // Современные страховые технологии. - № 02 (43), март-апрель 2014. – с.51-54.
9. Федоренков В.В., Раганян М.С. Современный страховой рынок России // Современные проблемы управления и регулирования: теория, методология, практика. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Г.Ю.Гуляева. – 2017. – с. 93-95.
10. Финмаркет [Электронный ресурс] <http://www.finmarket.ru/news/4500640>
Дата обращения 14.04.2017.
11. Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный сайт URL: <http://www.cbr.ru>
12. Шевцова Н.В., Побережная И.Ю., Шандакова Н.Н. Российский рынок перестрахования: правовые и финансовые ориентиры // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – №2. – с. 293-302.
13. Юсупова Л.М., Никонова Т.В. Проблемы и перспективы развития проектного кредитования в банковском секторе в современных условиях // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2015. – Т. 193. – с. 429-435.

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

Лященко Н.А., Раганян М.С.

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАПИТАЛА В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Центральной категорией в корпоративном финансовом менеджменте является «капитал». Термин «капитал» происходит от латинского слова *capitalis* (главный) и как особый фактор производства, капитал объединяет любые производительные ресурсы (станки, оборудование, инструмент, новейшие технологии и разработки, программные продукты и т.д.), созданные людьми для того, чтобы с их помощью осуществлять производство будущих экономических благ ради получения прибыли [1, С.284]. Применительно к корпорации классиками теории корпоративного финансового менеджмента дается следующее.

Капитал – богатство корпорации, обладающее свойством самоувеличения (самовозрастания) [6, С.620].

С общих позиций, понятие капитала отражается в двух аспектах. Здания, сооружения, машинное оборудование и другие, необходимые для производства товаров и услуг ресурсы, относятся к «физическому капиталу», а облигации, акции, кредиты и т.д., позволяющие финансировать его приобретение, - к финансовому [7, С.43]. В практике финансового менеджмента фирм, для целей принятия управленческих решений используют уточненное понятие капитала (табл. 1). Так, использование признака принадлежности капитала связано с проблемой выбора финансовым менеджером структуры капитала по критерию финансовой устойчивости, а использование признака «объект инвестирования» - с проблемой эффективности финансовых инвестиций (по критерию «риск-доходность»).

В узком смысле, в практике корпоративных финансов, термин капитал определяется как правая часть бухгалтерского баланса, т.е., как сумма собственного и заемного.

Таблица 1 – Классификация капитала корпорации

Критерий классификации	Состав (виды) капитала
I Принадлежность к корпорации	Собственный капитал — общая стоимость средств, принадлежащих корпорации, ее владельцам на праве собственности и используемых для вложения в активы (выпущенный капитал, фонды, накопленная прибыль).
	Заемный капитал — привлекаемые для финансирования производственно-коммерческой деятельности средства. Выражает финансовые обязательства (долгосрочные, краткосрочные), подлежащие погашению в установленные сроки.

2 Объект инвестирования	Основной капитал — капитал, инвестированный в основные средства и другие элементы долгосрочных активов (производственные лицензии, инвестиции в ассоциированные компании и т.д.). Основной капитал формируются за счет части собственного капитала и при помощи долгосрочных обязательств.
	Оборотный капитал — капитал, инвестированный в краткосрочные активы (запасы, дебиторская задолженность, предоплаты, денежные средства) Как правило, формируется за счет части собственного капитала и при помощи краткосрочных обязательств.
3 Цели инвестирования	Производственный — функционирует в сфере производства товаров (работ, услуг)
	Ссудный — функционирует на кредитном и фондовом рынках (облигационные займы)
	Спекулятивный — возникает на рынке ценных бумаг
4 Форма инвестирования (вложения)	Денежный (финансовый) капитал
	Капитал в материальной форме
	Капитал в нематериальной (неосязаемой) форме (инвестиции в деловую репутацию)

Бухгалтерская трактовка следует из определения структуры капитала.

Структура капитала (capital structure) – комплекс (или структура) постоянного долгосрочного финансирования фирмы, представленный облигациями, привилегированными акциями и обыкновенными акциями компании [14, с.43].

Отметим, что бухгалтерский подход в финансовом менеджменте традиционно используется российскими исследователями, в том числе, авторитетным ученым Ковалевым В.В. [12].

Таким образом, структура капитала фирмы приоритетно формируется за счет акций (собственный капитал) и корпоративных облигаций (заемный капитал). Именно объем в денежном выражении акций и корпоративных облигаций, дает, по мнению зарубежных исследователей, обобщенную оценку структуры капитала фирмы (рис. 1).

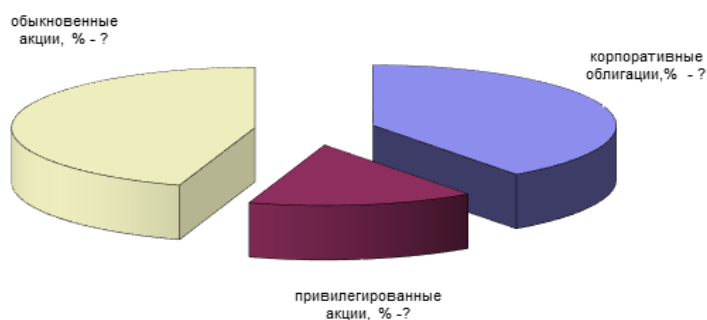


Рис. 1. Обобщенная оценка структуры капитала фирмы

С другой стороны, на практике, эмиссия акций и корпоративных облигаций является не единственным источником финансирования производственно-коммер-

ческой деятельности фирмы и очевидно, что в более широкой трактовке, уточненная структура капитала должна содержать прочие компоненты собственного и заемного капитала, что определяется второй частью бухгалтерского баланса (рис. 2).

Фирмы (корпорации), привлекающие капитал исключительно через выпуск своих (обыкновенных) акций имеют упрощенную структуру капитала, а другие, которые финансируют свою деятельность за счет широкого (диверсифицированного) набора компонентов заемного капитала соответственно имеют и более сложную структуру капитала.

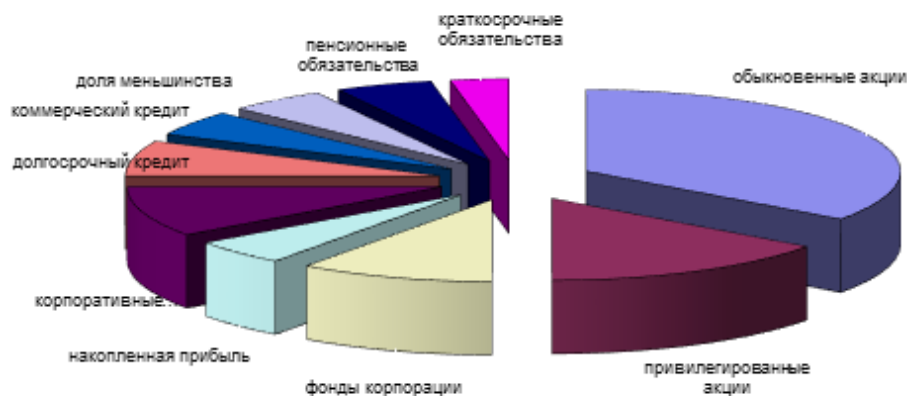


Рис. 2. Уточненная оценка структуры капитала фирмы

Однако следует признать, что во втором случае, например, в процессе оценки инвестиционной привлекательности или прохождения листинга на бирже, такие фирмы получают более низкий кредитный рейтинг. Уровень долгосрочной задолженности, превышающий 30-35%, как правило, расценивается в зарубежной практике как рискованный.

Структура капитала является одним из объектов управления финансового менеджмента и ее значимость определяется следующими обстоятельствами.

Во-первых, структура капитала оказывает непосредственное воздействие на эффективность осуществляемой производственно-коммерческой деятельности фирмы. Так, если в капитале значительную долю занимают долговые обязательства, велики издержки по обслуживанию взятых кредитов и выпущенных займов, то эффективность деятельности, при прочих равных условиях будет ниже.

Во-вторых, структура капитала влияет на так называемый, «коэффициент покрытия процентов», который в свою очередь, показывает степень риска инвестирования в данную корпорацию (в обратно пропорциональной зависимости) и таким образом, служит определенным ориентиром для потенциальных инвесторов.

В-третьих, путем изменения структуры капитала, фирма (точнее, ее финансовые менеджеры) оказывает влияние на величину своей стоимости и стоимости капитала, а следовательно, формирует «богатство» акционеров, повышает или понижает заинтересованность последних в процветании, деловом успехе фирмы. Иными словами, структура капитала фирмы служит ориентиром для ее акционеров, поскольку от правильно выбранной структуры зависит их доход, «благополучие».

Кредитные организации (банки) имеют все признаки корпоративных струк-

тур. Так, подавляющее большинство российских банков имеют акционерную форму организации и выпускают собственные долговые инструменты (облигации, реже - векселя) [9, С.21] для размещения их на финансовых рынках. В этой связи, как справедливо подчеркивает Лаврушин О.И., теоретическую основу банковского менеджмента составляют теории корпоративного финансового менеджмента - теория структуры капитала и теория эффективного портфеля [13, с.20-21].

Вместе с тем, формирование капитала в коммерческих банках и его структура отличаются существенным образом от небанковских организаций, что обусловлено самой спецификой банковской деятельности [5, С.198]. Так, под собственным капиталом банка следует понимать создаваемые фонды и резервы, предназначенные для обеспечения финансовой стабильности в работе, финансирования вероятных убытков и находящиеся в использовании банка в течение всего периода его функционирования.

С точки зрения формирования собственного капитала банка, его можно разделить на основной (оплаченный акционерный капитал и объявленные открытые резервы) и дополнительный (эмиссионный доход от продажи акций по цене, выше номинальной и прирост стоимости имущества, возникающий в результате переоценки финансовых активов). Поскольку доля собственного капитала как правило, значительно ниже, чем в небанковских организациях, то имеет место необходимость решения проблемы достаточности капитала в соответствии с мировыми нормами [3, С.38].

Привлеченный капитал коммерческого банка (вторая часть банковского капитала), в отличие от не банковских организаций представляет собой исключительно кредиторскую задолженность, возникающую в результате депозитных и эмиссионных операций. В его составе присутствуют средства:

- на депозитных счетах клиентов;
- полученные от выпуска и продажи собственных долговых обязательств банка;
- полученные в форме межбанковских кредитов;
- полученные от небанковских организаций.

Далее охарактеризуем сущность пассивных операций как источника формирования банковского капитала с приведением банковской статистики.

Пассивные операции банков связаны с привлечением денежных средств в банк и в результате их совершения, увеличиваются денежные средства на пассивных счетах по бухгалтерскому балансу [2, С.134]. Анализ литературы показывает, что большинство современных авторов определяют эти операции как связанные с формированием ресурсов банка, однако, формулировки этого термина, все же несколько разнятся. Приведем наиболее типичные из них:

- совокупность операций, обеспечивающих формирование ресурсов коммерческого банка;
- операции банков, в результате совершения которых, происходит увеличение денежных средств на пассивных или активно-пассивных счетах баланса банка;
- операции, выполняющие первичную и определяющую роль по отношению к активным операциям и с их помощью банками формируются свои ресурсы;
- операции по мобилизации денежных средств, в том числе, связанные с

формированием и увеличением собственного капитала);

- операции по привлечению денежных средств в коммерческие банки, имеют большое значение [14, С.35].

Обобщая приведенные и другие формулировки термина «пассивные операции» можно утверждать, что рассматриваемые операции направлены на формирование в совокупности банковских ресурсов. К ним следует отнести:

- прием вкладов, оформление депозитов;
- открытие и ведение счетов клиентов;
- выпуск собственных ценных бумаг (акций, облигаций, сберегательных сертификатов, векселей);
- получение кредитов от других банков и т.д.

Ряд авторов [4], [10], [11] считает, что основным источником формирования банковских ресурсов в условиях развитой экономики, должен являться финансовый рынок. Для того, чтобы выяснить, какие именно виды пассивных операций играют ведущую роль в формировании ресурсов российских банков, обратимся к данным статистики (табл. 2).

Пассив бухгалтерского баланса отражается девятью позициями и как видно из представленной таблицы, наибольшая доля принадлежит (п.5) средствам клиентов (от 56,4 до 62,5 %) и таким образом, можно сделать вывод, что основным источником формирования банковских ресурсов в России является денежный рынок (вклады, векселя, межбанковские кредиты). При этом, имеет место значительный рост депозитных (вкладных) пассивных операций (темпы их роста составили 147,5 % в анализируемом периоде).

Таблица 2 - Оценка динамики пассивов российских кредитных организаций в 2013-2015 гг., млрд руб. [15]

Показатели	Значение показателя на отчетную дату			Прирост в периоде	
	1.01.14	1.01.15	1.01.16	абс.	%
1.Фонды и прибыль кредитных организаций	6 629,2	6 921,9	7 551,7	922,5	13,92
2.Привлеченные средства, полученные от Банка России	4 439,1	9 287,0	5 363,3	924,2	20,82
3.Счета кредитных организаций	584,1	964,8	801,0	216,9	37,13
4. Привлеченные средства, полученные от кредитных организаций	4 806,0	6 594,2	7 091,0	2 285,0	47,54
5.Средства клиентов, в том числе:	34 930,9	43 814,0	51 906,7	16 975,8	48,60
5.1 Вклады физических лиц	16 957,5	18 552,7	23 219,1	6 261,6	36,93
5.2 Привлеченные средства, полученные от не кредитных организаций	10 838,3	17 007,9	19 018,2	8 179,9	75,47
6. Выпущенные облигации	1 213,1	1 357,5	1 266,5	53,4	4,40
7. Векселя и банковские акцепты	1 004,3	868,1	696,2	-308,1	-30,68
8. Производные финансовые инструменты	134,7	1 953,3	880,7	746,0	5,5 раз

9. Прочие пассивы, в том числе:	3 681,7	5 892,1	7 442,7	3 761,0	102,15
9.1 Резервы на возможные потери	2 851,9	4 054,1	5 406,4	2 554,5	89,57
Всего пассивы:	57 423,1	77 653,0	82 999,7	25 576,6	44,54

Напротив, другая часть финансового рынка - рынок капитала, представлена в привлечении финансовых ресурсов достаточно скромно, лишь 1,5...2,1 % приходится на выпущенные облигации и темп роста по этим операциям также незначительный (104,4 %). В этом, проявляется достаточная специфичность российского банковского сектора в отличии от развитых стран.

В завершение вопроса скажем, что в настоящее время в условиях ощутимого влияния финансового кризиса на банковский сектор, увеличение капитала российских банков является достаточно острой проблемой и от ее решения зависят перспективы развития этой сферы деятельности. Одним из путей ее решения является привлечение инвестиций в капитал банка, включая иностранные. Считаем, что увеличение банковского капитала исключительно за счет депозитных операций не является эффективным решением обозначенной выше проблемы, поскольку приводит к снижению финансовой устойчивости и необходимости формирования дополнительных резервов, отражаемых в активе баланса банка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антонов, Н.Г. Денежное обращение, кредит и банки: Учебник / Н.Г. Антонов, М.А. Пессель. М.: Финстатинформ, 2012. 590 с.
2. Балабанов, И.Т. Банки и банковская деятельность / И.Т. Балабанов. СПб.: Питер, 2013. 345 с.
3. Банковский менеджмент: Учебник / под ред. проф. О.И. Лаврушина. М.: КНОРУС, 2016. 554 с.
4. Банковское дело: Учебник / под ред. Е.П. Жарковской. М.: Омега-Л, 2014. 580 с.
5. Банковское дело: Учебник для вузов / В.И. Колесников, Л.П. Кроливецкая, Н.Г. Александрова и др. М.: Финансы и статистика, 2013. 476 с.
6. Букато, В. Банки и банковские операции в России / В. Букато, Ю. Головин, Ю. Львов. М.: Финансы и статистика, 2013. 690 с.
7. Ван Хорн, Джеймс. Основы финансового менеджмента / Джеймс Ван Хорн, Джон К. Вахович (мл.). М., Изд. дом «Вильямс», 2016. 1232 с.
8. Величко Н.Ю., Березниченко Е.И. Исследование методов оценки кредитоспособности коммерческого банка // Научно-методический электронный журнал концепт Издательство: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, Киров. 2016, т.11. - С.281-285
9. Величко Н.Ю., Калинушкин В.С. Проблемы и основные направления совершенствования деятельности ПАО «Сбербанк России» // Наука и образование: новое время. - 2015. - № 5. - С. 14-20.
10. Голубев, А.А. Банковское и страховое дело: Учебное пособие / А.А. Голубев, А.В. Абакумова, Л.Г. Мишура [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://books.ifmo.ru/file/pdf/126.pdf>.

11. Зви, Боди. Финансы / Боди Зви, Мерто Роберт [пер. с англ.]. М.: Вильямс, 2007. 592 с.

12. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика / В.В. Ковалев. М.: Проспект, 2015. 1104 с.

13. Лаврушин, О.И. Банковское дело: Учебник / О.И. Лаврушин. М.: Финансы и статистика, 2014. 573 с.

14. Лященко Н.А. Совершенствование банковской системы на современном этапе //Управление и экономика в XXI веке. -2015. -№ 2. -С. 43-48

15. Обзор банковского сектора Российской Федерации (интернет-версия). Аналитические показатели. 2016. № 163 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_ex.pdf.

Жменя Л.Т., Попандоуло Е.Д.

МЕСТО И РОЛЬ НЕКРЕДИТНЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В КОРПОРАТИВНОЙ БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Мировой финансовый кризис оказал значительное негативное влияние на экономику России, создав огромную нагрузку на финансовые учреждения. Меры, принятые на государственном уровне, дали положительный результат, был предотвращен системный банковский дисбаланс, облегчена ситуация с ликвидностью, восстановлено доверие клиентов к кредитным организациям [1, С.49].

Кризис показал высокий уровень зависимости российских кредитных институтов от своевременности размещения привлеченных денежных средств. Вероятность возникновения просроченной задолженности беспокоит не только банки, но и предприятия, берущие кредиты, так как в большинстве случаев реорганизация предприятий заканчивается их ликвидацией, а значит, сокращением числа действующих и потенциальных клиентов банков и участников финансово-хозяйственной деятельности [2, С.282].

Часто основной причиной кризисных явлений в экономической системе является его элемент - банковский сектор [3, С.15]. Этому способствует в банковской сфере:

- безответственность владельцев и менеджмента некоторых банков при принятии бизнес-решений, диктуемых погоней за краткосрочной прибылью в ущерб финансовой устойчивости. При этом необходимо учитывать, что сегодня в банковском и гражданском законодательстве отсутствуют нормы права, защищающие банк как юридическое лицо от мошенников. Практика такова, что за ошибки менеджеров - по халатности или злому умыслу – расплачиваются организации. Так было в случае с «Холдинг-Кредитом»: действия двух сотрудников банка повлекли за собой санкции со стороны налоговой инспекции, которые привели к отзыву лицензии;

- неудовлетворительное в ряде случаев состояние управления, включая

корпоративный аспект и управление рисками, в том числе вследствие ориентации кредитных организаций на обслуживание бизнеса владельцев. Руководство банка UBS признало, что 36 трейдеров, работавших в различных отделениях банка по всему миру, манипулировали на рынке межбанковского кредитования LIBOR в период 2010-2015 гг. В связи со сложившейся ситуацией банк покинуло более 25 сотрудников;

- существование непрозрачных для регулятора и рынка форм деятельности, приводящих к искажению информации о работе кредитных организаций. Так, например, Центральный банк (ЦБ) РФ отозвал лицензию на осуществление банковских операций у зарегистрированного в Дагестане ООО «Трастовый банк». Причинами отзыва лицензии в сообщении Банка России названы неисполнение федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, и нормативных актов Банка России, неоднократное нарушение требований закона «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», а также неоднократное в течение одного года применение к банку мер, предусмотренных законом «О Центральном банке РФ»;

- вовлечение отдельных кредитных организаций в противоправную деятельность. Так, Банк HSBC Holdings должен был выплатить властям США штраф в размере 1,5 млрд долл. По причине неэффективной работы HSBC банк в течение 7 лет служил инструментом для отмывания денег мексиканских наркокартелей;

- недостаточная технологическая надежность информационных систем кредитных организаций, обусловленная, в том числе, неупорядоченностью в сфере применения информационных технологий в банковской деятельности, включая технологии дистанционного банковского обслуживания [4, С.28].

Также причиной кризиса можно считать отсутствие культуры экономических отношений, независимо от вида экономики и применяемых рычагов управления.

В современных условиях постоянно возрастающей конкуренции на рынке банковских услуг кредитным организациям необходимо постоянно оптимизировать и адаптировать направления своей деятельности к меняющимся параметрам операционной среды [5, С.91]. Одновременно необходимо уделять большое внимание как кредитным, так и некредитным видам деятельности.

Последние десятилетия на первый план в международном банковском бизнесе выходят некредитные услуги, дающие современным банкам существенную часть их доходов [6, С.44].

Исследуя вопросы развития некредитных продуктов коммерческих банков для юридических лиц, необходимо выделить следующие особенности этого рынка [7, С.32]:

- на Российском рынке банковских услуг и продуктов отсутствуют реально инновационные продукты и услуги;

- в настоящее время инновационность банковских продуктов и услуг определяется не их сущностью, а лишь методом продвижения на рынке банковских услуг и продуктов.

Одним из основных направлений развития некредитных продуктов мы счи-

таем дистанционное банковское обслуживание.

Перевод клиентов на дистанционное обслуживание посредством электронного документооборота интересен банку по следующим основным причинам:

- сокращение расходов на содержание офисов банка (аренда и сопутствующие платежи), их количество уменьшается пропорционально количеству клиентов, отдавших предпочтение электронному документообороту перед бумажным;

- сокращение персонала банка, основная масса электронных платежей обрабатывается программой, что позволяет банку сократить штат сотрудников по обслуживанию клиентов в офисах, тем самым сокращая затраты банка на оплату труда;

- сокращение расходов на транспортировку документов, оформленных на бумажных носителях;

- пониженный тариф за проведение операций.

Каждый из перечисленных пунктов может принести банку значимую экономию средств, в то время как доходы его останутся на прежнем уровне, следовательно, появится больше временно свободных денежных средств, которые будут аккумулированы в выданные кредиты.

При изучении вопроса расчетно-кассового обслуживания стоит уделить внимание тарифам Центрального банка России в части проведения расчетных документов. Центральный банк заинтересован в своевременном проведении платежей и работе по электронному документообороту, из чего вытекают следующие условия, приведенные в Таблице 1.

Таблица 1 - Действующие тарифы на расчетные услуги Банка России (в рублях) в 2015 году [10]

Способ осуществления платежей	Способ и время передачи расчетных документов	Диапазон тарифов в рублях
На внутрирегиональном уровне		
Электронные платежи	По каналам связи: - до 16 часов - после 16 часов	2,40-4,00 4,80-7,60
	на магнитных и бумажных носителях	6,00-7,60
Платежи с использованием телеграфной и почтовой технологии		6,40-6,80
На межрегиональном уровне		
Электронные платежи	По каналам связи: - до 16 часов - после 16 часов	3,00-4,40 5,80-8,80
	на магнитных и бумажных носителях	6,40-7,60
Платежи с использованием телеграфной и почтовой технологии		6,80-8,00

Тарифная политика Банка России базируется на твердых тарифах, не завися-

щих от суммы платежа, установленных за обработку одного расчетного документа. Тарифы на расчетные услуги Банка России дифференцированы в зависимости от способа осуществления платежа (электронные платежи, платежи с использованием телеграфной и почтовой технологий), способов передачи клиентами в Банк России расчетных документов (по каналам связи, на магнитных, бумажных носителях) и от периода времени передачи расчетных документов клиентом в Банк России по каналам связи в пределах времени, установленного для их приема.

Стоит рассмотреть и сравнить тарифы на проведение платежей юридических лиц среди ведущих банков, работающих на территории России. Данные приведены в Таблице 2.

Таблица 2 - Сравнительный анализ тарифов ведущих банков за проведение платежей юридических лиц (в рублях)

Вид платежа	Наименование Банка		
	Сбербанк России	ВТБ	Газпромбанк
бумажные носители	35	30	50
электронные платежи	15	15	25

Средние тарифы банков за проведение одного платежа на бумажном носителе составляют 73 рубля, в электронном виде 19 рублей (среднее значение по данным банков, чьи показатели использованы при исследовании).

По данным, представленным в Таблице 2, видно, что при формировании тарифной сетки на проведение платежей юридических лиц банки предпринимают попытку мотивировать клиента на проведение платежей электронным документооборотом, цена за проведение каждого платежа, в отличие от бумажного документооборота, значительно ниже.

При сравнительном анализе данных таблиц 1 и 2 видно, что минимальный доход банка за проведение одного платежа от полутора раз выше тарифов Центрального банка.

Расчетно-кассовое обслуживание юридических лиц становится все более важной операцией банков, так как:

- растут остатки на счетах юридических лиц и их доля в пассиве банка;
- постоянно растут доходы и доля в общем объеме доходов банка;
- эти операции становятся все более рентабельными.

Практика показывает, что финансовые, налоговые и технические нововведения рождают новые продукты. Банковский продукт имеет несколько основных параметров, таких, как:

- цель;
- сумма;
- доходность;
- тариф;
- срок действия;
- надежность;

- соответствие законодательной базе;
- облагаемость налогами.

Изменение одного или нескольких параметров банковского продукта представляет собой нормативное, законодательное, финансовое, фискальное или другое нововведение, позволяющее банку создавать новые схемы взаимодействия с клиентом, включающие набор определенных услуг.

Основной причиной кризисных явлений в экономике является банковская система. В этих условиях возрастает конкуренция на рынке банковских продуктов.

Некредитные банковские продукты для юридических лиц переходят на новый уровень развития. Они перестают быть дополнительной, не обязательной опцией расчетно-кассового обслуживания в целом. Рынок придал им значение элемента, дающего банкам значительную часть их доходов.

Проведенный анализ тарифов обоих уровней банковской системы России в рамках оказания безналичных расчетных услуг юридическим лицам показывает, что приоритетным направлением обозначена минимизация проведения платежей через офисы банков и перевод клиентов на дистанционное банковское обслуживание, как в рамках расчетно-кассового обслуживания, так и в рамках сопутствующих услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Величко Н.Ю., Бердышев О.К. Приоритетные направления и пути совершенствования ресурсной политики банка // Science Time. 2015. №10(22). С. 48-54.
2. Величко Н.Ю., Березниченко Е.И. Исследование методов оценки конкурентоспособности коммерческого банка // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. Т. 11. С. 281-285.
3. Величко Н.Ю., Калинушкин В.С. Проблемы и основные направления деятельности ПАО «Сбербанк России» // «Наука и образование: новое время» № 5, 2015. – С.14-20.
4. Гвелесиани Т.В., Гладкова В.Е. Проблемы развития банковского сектора в России // Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание: Сборник научных трудов. Выпуск XV. - М.: Российская Академия предпринимательства. Агентство печати «Наука и образование», 2012.
5. Деньги. Кредит. Банки: учеб. пособие /Колтыпин П.Н., Багрий Н.М., Складорова Ю.М., Складоров И.Ю., Гурнович Т.Г., Воронин М.А., Капустина Е.И., Тельнова Н.Н., Манжосова И.Б., Германова В.С., Шилова Н.А., Чепракова Т.Н., Бездольная Т.Ю., Григорьева О.П., Кулешова Л.В., Форонова А.В., Скребцова Т.В., Собченко Н.В., Мануйленко В.В., Величко Н.Ю., Минасян С.Д. Изд-е 5-е. перераб. и доп. М.: Финансы и статистика; Ставрополь: Изд-во СтГАУ «Агрис». 2011. 352 с.
6. Лященко Н.А. Совершенствование банковской системы на современном этапе // Управление и экономика в XXI веке. -2015. -№ 2. -С. 43-48.
7. Мустафин Т. А. Влияние глобализации мировой экономики на международную деятельность банков. - Диссер. на соиск. уч. ст. канд. экон. наук.

8. Яковлева-Чернышева А.Ю. Основные направления совершенствования кредитной системы Российской Федерации // Экономика и управление в современной России: теория и практика: коллективная монография. – Сочи: Международный инновационный университет, 2015. – С. 81-96.

9. Яковлева-Чернышева А.Ю. Концептуальные основы управления устойчивым развитием предпринимательских структур / А.Ю. Яковлева-Чернышева, А.В. Дружинина, А.В. Кузнецов // Социально-экономические и правовые основы развития экономики. – Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2015. – С. 239-250.

10. http://www.cbr.ru/analytics/print.asp?file=pavment_svs.html

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Роганян С.А., Сосницкая Е.Е., Бургун Н. В.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Современный мир, в котором, существует высокая конкуренция практически на всех ранках сбыта товаров и услуг, диктует такие условия, что каждой организации важно уделять особое внимание разработке и совершенствованию собственной маркетинговой стратегии в независимости от размера компании [1, с.22]. Данное утверждение подкрепляется нижеследующими рассуждениями.

Во-первых, стоит отметить, что, понимая маркетинговую стратегию компании, как долгосрочный маркетинговый план, который нацелен на достижение маркетинговых целей (например, таких, как становление лидером рынка), становится очевидным, что каждая организация должна иметь детальный стратегический план и комплекс мероприятий для того, чтобы достичь поставленных задач [2]. Более того, компания любого масштаба должна обладать четкими целями собственной маркетинговой стратегии для того, чтобы сформулировать маршрут по их достижению. Это важно для понимания разницы между стратегией и тактикой.

Разработка маркетинговой стратегии включает в себя установление четких целей и задач, в рамках которых задаётся основа для создания политики маркетинговой деятельности компании. Только после того, как компания разработает свою собственную маркетинговую стратегию, она имеет возможность спланировать ежедневную операционную деятельность и тактику достижения целей [3, С.50].

Во-вторых, не менее важно подчеркнуть такой современный аспект

большинства российских компаний, который, в основном, относится к организациям сектора МСП, как то, что большая часть предприятий (фирм) не имеют чётко оформленной в виде внутренней документации – маркетинговой стратегии. Таким образом, одной из приоритетных задач для российских компаний должна стать разработка собственной уникальной маркетинговой стратегии для того, чтобы иметь возможность превосходить конкурентов в определённых рыночных условиях.

Известно, что в современной научной теории менеджмента и экономического анализа существует множество способов оценки производительности и эффективности деятельности компании [4, С.199]. Зачастую подходы к оценке рассматривают такие экономические результаты, как прибыль до налогообложения или стоимость акций компании в зависимости от юридическо-правовой формы компании [5, С.166]. На данном этапе проводимого нами исследования, важно сконцентрировать внимание на том, почему маркетинг должен быть «стержнем», «основой» на пути достижения компанией хороших экономических результатов.

Маркетинг является одной из наиболее важных функций в компании, если не самой важной. Питер Друкер однажды написал в своей статье: «в бизнесе есть два основных направления, функции, а именно маркетинг и инновации. Маркетинг и инновации дают результаты, а все остальные продуцируют расходы». Более того Дэвид Паккард, основатель известной на весь мир компании Hewlett Packard, говорил, что «маркетинг слишком важен, чтобы существовать в компании только в рамках маркетингового отдела» [6].

Важно отметить, что многие специалисты в области маркетинга считают, что маркетинговые решения сегодня связаны с множеством вопросов, которые варьируются от фундаментальных задач бизнеса (выход на новый рынок, система позиционирования организации) до решения мелких операционных и тактических задач, например, в сфере мерчандайзинга [7]. Все приведённые утверждения подтверждают важность функций маркетинга (маркетингового отдела) в организации, а, следовательно, определяют необходимость его стратегического планирования.

После определения значимости маркетинга необходимо уточнить, насколько широкий список задач охватывает маркетинговый отдел в компании. Принимая во внимание определение маркетинга, разработанное американской ассоциацией маркетологов, а именно: «маркетинг - это деятельность, определённый ряд процессов для создания, формирования, передачи и обмена информацией и предложениями, которые имеют ценность для сотрудников, клиентов, партнеров и общества в целом» [8], можно выявить области (аспекты), которые важно учитывать при разработке маркетинговой стратегии конкретного предприятия.

В первую очередь отметим, что существует множество подходов к стратегическому планированию маркетинга в компании, однако, одним из наиболее популярных, и сегодня, является 8-ступенчатый процесс, предложенный

Филиппом Котлером в своей книге Marketing Management [2].

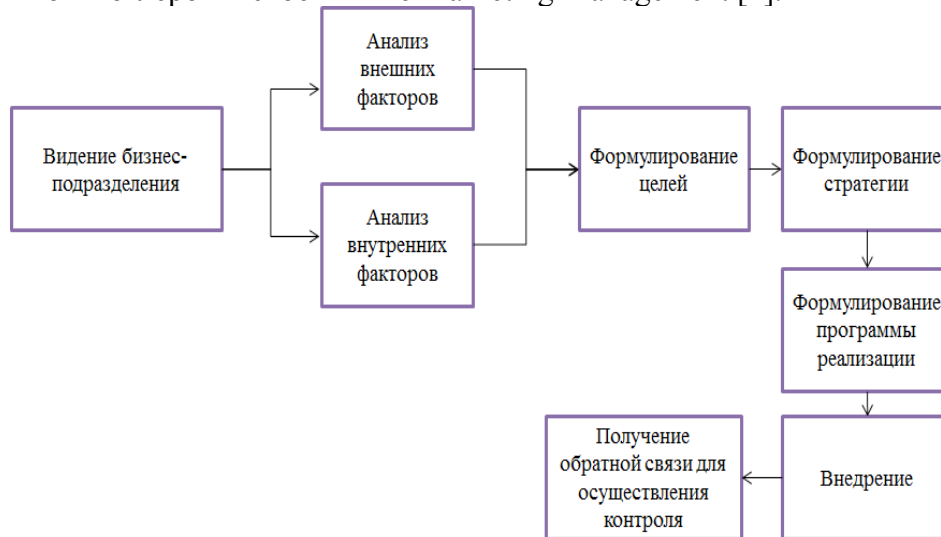


Рисунок 1 - Процесс стратегического планирования маркетинга

Согласно процессу стратегического планирования бизнеса, маркетинговая стратегия в последовательности всех действий определяет следующие области:

- Целевой рынок;
- Позиционирование;
- Товарный ассортимент;
- Системы ценообразования и способы продвижения (другими словами маркетинг-микс);
- Ответственность и роли сотрудников;
- Поддержку процесса продаж;
- R&D и цели маркетингового исследования [9].

Стоит отметить, что в современной литературе встречается много подходов к определению термина «маркетинговая стратегия», её места в структуре компании и основных элементов [10, с.32]. Рассмотрим основные подходы к пониманию маркетинговой стратегии в структуре маркетингового процесса и определения данного понятия.

Согласно определению Ф. Котлера маркетинговый процесс состоит из анализа рыночных возможностей, исследования и выбора целевых рынков, разработке маркетинговых стратегий, планирования маркетинговых программ, а также подготовки, реализации и контроля маркетинговых действий [11, с.151].

Основными четырьмя этапами маркетингового процесса являются следующие [12, С.15]:

1. Анализ рыночных возможностей.
2. Разработка маркетинговых стратегий.
3. Планирование маркетинговых программ.
4. Управление маркетинговыми действиями.

Таким образом, мы видим, что разработка маркетинговой стратегии является частью функционирования маркетингового отдела в компании и одним из этапов маркетингового процесса, который реализуется в компании на протяжении всего её жизненного цикла.

Проанализировав различные определения термина «маркетинговая стратегия», важно отметить, что в них не наблюдается совокупной тенденции к становлению обобщающего понятия маркетинговой стратегии. Несмотря на то, что между существующим понятийным аппаратом много различий, можно выделить определённые блоки/элементы, характеристики которых являются схожими в исследованиях авторов, а именно, такие аспекты маркетинговой стратегии, как:

- Важная составная часть общей бизнес-стратегии [13, С. 57];
- План действий, включающий разработку маркетинговых мероприятий (маркетинг-микса);
- Способ / процесс / метод достижения целей организации;
- Определение целевого рынка;
- Удовлетворение потребностей клиентов и создание ценности для них [14, С.40].

На базе рассмотренных определений, нами сформулировано следующее определение, которое будет использоваться в дальнейших исследованиях, а именно под маркетинговой стратегией будем понимать совокупность маркетинговых средств/инструментов, посредством которых достигается эффективное продвижение товаров или услуг потребителям на выбранном рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Величко Н.Ю. Управление маркетингом в сфере гостинично-туристских услуг: монография / Издательство: Международный инновационный университет (Сочи). Сочи. 2014. - 88 с.
2. Marketing Management Millenium Edition, Tenth Edition, by Philip Kotler Copyright © 2000 by Prentice-Hall, Inc. – p.p. 46-47.
3. Величко Н.Ю. необходимость управления маркетингом на предприятиях гостинично-туристского комплекса // Управление и экономика в XXI веке. 2015. № 2. С.49-62
4. Тординава И.К., Симержидина Г.Ю., Котлярова А.С. Анализ финансового состояния и пути повышения финансовой устойчивости предприятия // Институциональный и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно - практической

конференции (10 октября 2016 г., г. Нижний Новгород) Уфа: АЭТЕРНА, 2016. - С.198-200

5. Величко Н.Ю., Юхновец Л.Ю., Варданян А.А. Стимулирующая налоговая политика как основа поддержки малых инновационных предприятий // Экономика и социум. -2015. -№ 4 (17). -С.166 -170

6. Solomon, M.R., Marshall, G.W., Stuart, E.W. Marketing, 2006, p. 34-36

7. Kohli, A.K., Jaworski, B.J. Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications, Journal of Marketing, 54. 1990 pp.1-18

8. Definition of marketing. American Marketing Association. – [электронный ресурс]. - <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> - Загл. с экрана.

9. Marketing Management Millenium Edition, Tenth Edition, by Philip Kotler Copyright © 2000 by Prentice-Hall, Inc. – p.p 94-97.

10. Величко Н.Ю., Лукоянова Ю.Н. Маркетинг в туризме // Проблемы устойчивого развития регионов рекреационной специализации. Материалы научно-практической конференции. - Сочи РИО СНИЦ РАН, 2007. – С.29-34 с.

11. Глоян Р.Р. Формирование маркетинговой политики предприятия // Современные научные достижения и инновационные технологии в гуманитарной и технической сферах: материалы внутривузовской научно-практической конференции для преподавателей и аспирантов. Международный инновационный университет. 2016. С. 151-155.

12. Белова Н.Н., Пономарев Ю.В., Назарова Д.С. Продвижение товара в современных условиях//Институциональный и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 октября 2016 г., г. Нижний Новгород) Уфа: АЭТЕРНА, 2016. - С.14-16

13. Perrault and McCarthy, Basic Marketing: A Global Managerial Approach, 13th ed. (Burr Ridge, IL: 1996). – 56-61 pp.

14. Величко Н.Ю. Модели измерения удовлетворенности потребителей в современных условиях // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2016. №5 (56). С.40-45

15. Яковлева-Чернышева А.Ю. Управление маркетингом в предпринимательской деятельности на основе системного подхода / А.Ю. Яковлева-Чернышева, З.И. Шалашаа // Вестник Университета Российской академии образования. - 2016. - № 3. - С. 94-99.

16. Яковлева-Чернышева А.Ю. Механизм управления маркетингом в предпринимательских структурах / А.Ю. Яковлева-Чернышева // Управление и экономика в XXI веке. - 2014. - № 1. - С. 43-47.

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Филонова Э.А., Бердышев О.К.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Индустрия гостеприимства является одной из наиболее популярных тем исследования в туристической сфере. Авторы изучают вопросы управления в различных организациях, входящих в данную индустрию, а также особенности спроса потребителей. Являясь одним из основных представителей данной индустрии, а также важной частью туристической инфраструктуры любой дестинации, гостиничные организации становятся одной из наиболее популярных тем для исследования.

Развившаяся с 2000х годов теоретическая база, касающаяся различных вопросов деятельности гостиничного сектора, дает знания о том, как формируется предложение в отелях, какие взаимосвязи существуют с другими туристическими стейкхолдерами, каковы особенности запросов потребителей и как удержать их лояльность. При этом, относительно мало авторов обращались к вопросам исследования самого предложения услуг. Ограничиваясь оценочными работами, нацеленными на выявление важности той или иной группы услуг, авторы не предпринимали попыток изучить принципы построения и варианты предложения этих сервисов. Само разнообразие услуг, предлагаемых сверх базовых, также крайне редко становилось предметом исследования. В связи с этим в литературе был обнаружен пробел в наличии исследований, касающихся того, как отели формируют предложение дополнительных услуг, а также какие факторы могут быть связаны с их наличием и величиной предлагаемого спектра. Эти вопросы являются проблемой исследования.

Обзор литературы касательно того, каковы могут быть причины для расширения спектра услуг, показал, что в условиях растущей конкуренции и совершенствования требований потребителя, а также при наличии сезонности, гостиничный сектор вынужден формировать новые способы поддержания конкурентоспособности, которые не вредили бы его репутации и не лишали целевой аудитории. Так, помимо ценового менеджмента, в литературе отмечается возможность повышения

ценности гостиничного продукта за счет наполняемости его новыми услугами. В качестве методов осуществления такого решения проблемы авторы обращаются к различным возможным партнёрским отношениям с другими стейкхолдерами. Однако также в литературе отмечаются различные риски, связанные с надёжностью партнёров, возможностью попадания под давление и потери имиджа отеля. В связи с этим в данном исследовании рассматриваются наполнения отеля дополнительными услугами, которые являются собственным предложением и осуществляются на территории самого отеля.

Управление доходами в гостиничной сфере в основном представляет собой деятельность, целью которой является адаптация цены в зависимости от складывающихся внутренних и внешних условий, а также осуществления действий, которые должны повлиять на поток клиентов. Поиск оптимального решения касательно цен и количества гостей, которое примет отель в тот или иной момент, и является основной задачей менеджмента. В периоды низкого сезона, управление гостиницы может заменить высоко прибыльных гостей другой группой потребителей с меньшим доходом, чтобы уменьшить количество пустующих комнат. В ином случае, менеджмент может предпочесть получить эту прибыль в будущем за счет бронирования по более выгодным ценам. Успешность подобных действий зависит от того насколько точным будет прогноз изменения туристических потоков, количества бронирований, длительности пребывания гостей в гостинице. На основе этих данных, а также других возможных переменных (количество занимаемых в данный момент комнат, период между бронированием и заездом, количество отмен бронирования и другие), авторы предлагают модели формирования цен, которые учитывали бы сезонные изменения и оптимизировали загруженность отеля и его прибыль.

В гостиничном бизнесе варьирование цен в высокий и низкий сезон является часто применимой практикой. Для отелей разного уровня такая стратегия может оказывать разное влияние, что вызвано различными ожиданиями потребителей. Помимо объема предлагаемых отелями услуг, цена также зависит от таких характеристик как: близость к центру/пляжу или другой важной точке; наличие и количество парковочных мест; возраст отеля; количество звезд; день недели, месяц и так далее. Совокупность всех этих факторов составляет цену номера, которую выдвигает менеджмент отеля. Соответственно из данного набора характеристик можно судить о том, что для отелей различного типа и уровня стоимость пребывания может существенно отличаться. Потребители, предпочитающие гостиницы того или иного уровня, также соизмеряют эту стоимость с тем, как они оценивают данную гостиницу по указанным характеристикам. Иными словами, посетители отеля оценивают предлагаемый продукт по его качеству и цене, то есть они соотносят количество и качество предлагаемых услуг с установленной ценой.

Следуя такой логике, потребитель адекватно воспринимает низкую ценовую политику лоу-кост отелей, предлагающих минимум базовых услуг за низкие цены, и ценовую политику престижных отелей, продукт которых включает в себя помимо базового, набор дополнительных услуг. В гостиничном секторе цена является

неким сигналом качества и в то же время позволяет генерировать доходы в низкий сезон, сводя изменившееся предложение и соответствующий спрос. В связи с этим менеджеры отелей должны учитывать тот факт, что туристы различного профиля будут выбирать разные места размещения, и что они, вероятно, имеют разную готовность платить за одни и те же предлагаемые условия.

Эта двойственность является причиной, по которой изменение цен, как способ конкурентной борьбы и решения проблем сезонности может привести к негативным последствиям. Несмотря на то, что сниженные цены могут привлечь дополнительный поток потребителей в период спада, часть из них может рассмотреть подобные изменения как признак потери качества и эксклюзивности продукта. В то же время необходимо учитывать, что потребители, путешествующие в низкий сезон, могут иметь иную мотивацию для посещения дестинации, что не обязательно свидетельствует о том, что они преследуют цели экономии. В наибольшей степени потеря репутации за счет политики низких цен в период спада опасна для отелей с высоким рейтингом, поскольку априори потребитель расценивает его высокие цены как признак качества и широкого спектра услуг. В случае, если подобная гостиница начинает привлекать туристов с более низкими доходами это ставит под угрозу ее имидж и может повлечь к потере изначальной аудитории.

Другой вариант создания конкурентного преимущества – это расширить объем предлагаемых услуг различными способами, и тем самым привлечь новую аудиторию и удержать уже имеющуюся. Это может происходить как за счет собственных ресурсов организации, так и при взаимодействии с другими агентами туристического рынка.

Один из способов расширения предлагаемого спектра услуг отелем – это обращение к собственным ресурсам. Предполагается, что менеджмент отеля отказывается от сотрудничества с другими организациями и предлагает собственную альтернативу их продукту (услуге), тем самым увеличивая количество услуг, предлагаемых потребителям, что в перспективе должно помочь привлечь большее количество клиентов. В отличие от ряда партнерских отношений с другими агентами туристического рынка, расширение собственного предложения нацелено не столько на привлечение большего количества туристов к дестинации (и в последствие к отелю), сколько на создание конкурентных преимуществ среди гостиничного сектора данной дестинации. Более того, для отелей, расположенных в городах, работа которых в меньшей степени связана с сезонными изменениями, обращение к внешним поставщикам услуг, партнерам и аутсорсингу составляет больший риск и меньшую необходимость, нежели для курортных отелей. Это связывают с постоянством рабочего процесса и частотой смены гостей и соответственно с большей востребованностью таких услуг как фитнес, спа, бассейны и т.п. в городских отелях.

Услуги, предлагаемые в отелях, можно разделить согласно их назначению: основные, сопутствующие и дополнительные. К основным услугам гостиницы относятся те, которые подразумевают обеспечение клиента необходимой инфор-

мацией, бронирование, размещение гостей и обслуживание номеров во время проживания, уборку. Сопутствующие услуги, как следует из названия, это те, которые предназначены поддерживать основные услуги. К ним относят сервисы, обеспечивающие более комфортное пребывание в номере, например, наличие телефонной связи или звонков-побудок. Дополнительные услуги – это те услуги, которые не являются необходимыми, но при желании клиента могут оказываться за дополнительную плату.

Большинство работ, посвящённых дополнительным услугам, описывают инновации, вводимые менеджментом с целью упрощения ряда процессов в гостинице. Как правило, это функциональные изменения, основанные на технических новшествах, такие как онлайн-бронирования, мобильные приложения, использования мобильных устройств для управления окружением в отеле и так далее. Так, например, в работе Y.-S. Wang et al. указывается, что внедрение мобильных систем бронирования менеджментом отелей связано не только с развитием технологий и растущей технической грамотностью, но и с изменением критической массы потребителей пользующихся подобными услугами и необходимостью поддерживать конкурентоспособность отеля. Также авторы обращаются к созданию персонализированных услуг, услуг, которые могут быть подвергнуты кастомизации со стороны потребителей, перевод услуг в форму самообслуживания.

В иных работах, авторы описывают создание инновационной среды и культуры среди персонала, указывая на важность обеспечений конкретной поддержки со стороны руководства отеля. Подобные работы доказывают востребованность подобного рода изменений и растущий спрос на них, однако по своей сути они не являются расширением предложения, поскольку являются лишь видоизменением или усовершенствованием уже имеющихся услуг. Тем не менее, в работе F. Orfila-Sintes, J. Mattsson среди решающих факторов, влияющих на поддержку инновационного поведения в отелях, является широта дополнительных услуг, предлагаемых в нем. Автор объясняет это тем, что инновации повысят ценность пребывания в отеле для гостей, которые более избирательны и требуют разнообразия.

Как было отмечено, некоторые исследования, касающиеся спектра услуг в отелях, упускают из внимания различия в предпочтениях потребителей различного типа, хотя это может повлиять на то, какие услуги будут отмечаться с преобладающей важностью, а какие как необязательные.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артемова, Е.Н. Гостиничное хозяйство и гостиничный сервис: учебное пособие для вузов / Е.Н. Артемова, О.Г. Владимирова, Н.В. Глебова. - Орел: ОрелГТУ, 2010. - 165 с.
2. Артемова, Е.Н. Оборудование гостиниц и предприятий общественного питания: учебное пособие для вузов / Е.Н. Артемова, Е.А. Новицкая. - Орел:

ОрелГТУ, 2009. - 162 с.

3. Величко Н.Ю. Гостиничные услуги: бренды и потребители // Экономика и управление в современной России: теории и практика коллективная монография / Яковлева-Чернышева А.Ю., Величко Н.Ю., Беляева Е.В., Лященко Н.А., Тординава И.К., Бударь С.Ю., Глоян Р.Р., Федоров О.В., Филонова Э.А./ под общей редакцией А.Ю. Яковлевой-Чернышевой. Сочи. 2015. - с.21-35

4. Величко Н.Ю. Исследование удовлетворенности и лояльности потребителей образовательных услуг в современных условиях // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. 2016. № 3. С.18-24.

5. Величко Н.Ю. Модели измерения удовлетворенности потребителей в современных условиях // Вестник УРАО. 2016. № 3. С. 100-105

6. Величко Н.Ю. Необходимость управления маркетингом на предприятиях гостинично-туристского комплекса // Управление и экономика в XXI веке. 2015. № 2. С.49-62.

7. Величко Н.Ю. Управление маркетингом в сфере гостинично-туристских услуг: монография/Издательство: Международный инновационный университет (Сочи). Сочи. 2014. - 88 с.

8. Макарова Д.Д. Формирование туристской дестинации // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек и общество». – 2015. – Вып. 1. – С. 107.

9. Филонова Э.А., Туюшева И.И., Нерсесян Д.А. Система управления деятельностью предприятия с целью повышения ее эффективности // Институциональный и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно - практической конференции (10 октября 2016 г., г. Нижний Новгород) Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – С.202-205

10. Яковлева-Чернышева А.Ю. Теоретико-методологические аспекты управления предпринимательством в санаторно-курортной сфере // Механизмы решения проблем социально-экономического развития / Под общей редакцией Г.Ю. Гуляева. – Пенза: Наука и Просвещение, 2016. – С. 36-49.

11. Яковлева-Чернышева А.Ю., Шалашаа З.И. Управление маркетингом в предпринимательской деятельности на основе системного подхода // Вестник Университета Российской академии образования. – 2016. – №3. – С. 94-99.

12. Яковлева-Чернышева А.Ю. Управление предпринимательством в рекреационном кластере: диссертация ... доктора экономических наук. – СПб, 2012. – 252 с.

13. Яковлева-Чернышева А.Ю. Ценообразование в системе маркетинга санаторно-курортной организации // Управление и экономика в XXI веке. – 2015. – №1. – С.24-31.

14. Яковлева-Чернышева А.Ю. Ценовая политика санаторно-курортной организации как фактор ее конкурентоспособности// Научный вестник. – 2014. – №1. – С. 51-59.

Карabanов К.В., Степанов С.Г.

ИННОВАЦИОННЫЙ АУТСОРСИНГ СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА СОЧИ

Основной целью применения услуг аутсорсинга в сфере строительства объектов в Сочи является внедрение инновационного подхода к организации строительной деятельности. Услуги аутсорсинговой компании направлены на выработку современных решений в области строительства с применением научных достижений и современных технологий. Основное конкурентное преимущество предприятий строительной отрасли с элементами аутсорсинга заключается в выпуске качественной продукции, которая отвечает запросам потребителей. В роли потребителей здесь находятся компании-застройщики. Внутри организационных звеньев предприятия с применением услуг аутсорсинга выполняются сторонней компанией управленческие функции и учет, применяется маркетинговая стратегия и налаживается научно-технологическая работа.

За последние 10 лет рынок инновационного аутсорсинга в России увеличился до 10 млрд. долларов в год, практически 30% рынка пришлось на город Сочи, который в настоящее время продолжает развиваться как уникальный курортный регион. Для города характерно несколько проблем, которые вынуждают строительные компании использовать инновационный подход в своей работе. В частности, имеется проблема застройки прибрежной зоны, наличие неустойчивых грунтов, высокой влажности и перепадов температур. Это вынуждает компании применять новейшие технологии в разработке инженерной документации на строительство объектов, отвечающих высоким требованиям безопасности. Услуги аутсорсинга заключаются в поиске оптимальных для строительства материалов (с улучшенными технико-эксплуатационными свойствами), в организации изыскательной деятельности, направленной на возможность применения для строительства новых технологий. Они позволяют при наличии имеющейся материально-технической базы строить объекты, гарантировать их качество и безопасность эксплуатации.

Застройка прибрежной зоны требует от компании-застройщика инновационного подхода. В связи с тем, что многие компании не располагают собственными бюро разработки, услуги аутсорсинга по поиску инновационных решений заказываются в специализированной компании. Таким образом, предприятие оптимизирует траты на вложение инвестиций в проекты, требующие качественной доработки. Важно, что услуги инновационного аутсорсинга позволяют компании-застройщику передать часть второстепенных функций. В то время как основную часть строительных работ по-прежнему выполняет компания-застройщик. В основном

услуги аутсорсинга с разработкой инновационных проектов оказываются крупными компаниями, так как они имеют достаточный технологический потенциал. При этом аутсорсинговая компания может работать на вывод новых продуктов для массового рынка или для конкретного заказчика услуг. Когда функции управления инновациями передаются сторонней организации, может быть использован комбинированный метод аутсорсинга. Он подразумевает, что собственные консультанты застройщика тесно взаимодействуют со специалистами аутсорсинговой компании с целью совместного использования материально-технической базы и наработок. Это направлено на выработку высокотехнологичных решений.

У модели комбинированного аутсорсинга в строительстве есть важное преимущество – это возможность улучшения конкурентного положения предприятий малого и среднего бизнеса. За счет этого инструмента на рынок строительных услуг в Сочи было выведено несколько небольших компаний. Сегодня они успешно участвуют в тендерах и получают заказы от муниципалитета на выполнение работ по обустройству прибрежной линии. Преимущество инновационного аутсорсинга в строительстве позволяет не только быстрее выполнять заказы, но и обеспечивать качество строительных работ, применяя в работе современные решения. На базе инновационной аутсорсинговой компании в сфере строительства можно заказать целый комплекс услуг. При помощи передачи части функций сторонней организации обосновывается техническое задание, осуществляется закупка инновационных стройматериалов с улучшенными технико-эксплуатационными свойствами.

Сложнее обстоит дело с небольшими компаниями-застройщиками, которые имеют разрешение на осуществление деятельности, но в своей работе вынуждены придерживаться установленных стандартов. Консультационная и практическая поддержка аутсорсинговой компании позволяет выработать и внедрить инновации в строительство, укрепить конкурентные преимущества малой компании-застройщика. К преимуществам инновационного аутсорсинга в строительстве в городе Сочи следует отнести возможность заказа и получения комплекса услуг и оптимизации трат на них. Сюда же относятся широкие возможности для взаимодействия компании-застройщика с мировыми поставщиками сырья для строительства. Все эти положительные черты инновационного аутсорсинга в строительстве были достигнуты во время строительства олимпийских объектов в Сочи. Подготовкой занималось свыше 100 компаний из разных стран мира, а застройку выполняло несколько крупных подрядных организаций. Выгоднее воспользоваться инновационными услугами аутсорсинга, чем перестраивать компанию изнутри. Во-первых, на это требуются большие деньги. Во-вторых, это не под силу предприятиям малого бизнеса.

Компании с услугами аутсорсинга отдается часть функций, направленная на достижение главной цели – строительство объектов с инновационным подходом. Поэтому сторонняя компания часто получает функции работы с поставщиками стройматериалов, функции по управлению логистическими процессами и контролю качества выполнения проекта. При наличии необходимой материально-технической базы аутсорсинговая компания самостоятельно выполняет разработку

инновационных проектов и решений, можно закупать их и апробировать с целью оценки возможного применения в проекте строительства конкретного объекта. Россия располагает достаточно материально-технической базой для подготовки и реализации инновационных проектов. Разработка и внедрение инноваций ведется как на базе государственных учреждений, так и на базе специализированных компаний, которые тесно сотрудничают с аутсорсинговыми компаниями на договорной основе, с применением принципа сотрудничества.

Инновационный подход нашел особое отражение в сфере строительства, так как все технологические процессы требуют постоянного совершенствования. Совместная деятельность компаний-застройщиков с аутсорсинговыми фирмами позволяет браться за разработку и реализацию самых сложных проектов. Так, благодаря инновациям Сочи сегодня развивается как крупнейшая курортная зона. Ведется застройка прибрежной зоны, многие компании стали вести деятельность в Сочи по причине привлекательности данного региона и наличия спроса на услуги строительства. Благодаря инновациям в сфере строительства и услугам аутсорсинговых компаний удается экономить бюджет компаний, сокращать сроки на реализацию проектов, обеспечивать качество стройки объектов любого типа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Величко, Н. Ю. Современная модель эффективного бизнеса: монография / Н.Ю. Величко, Н.А. Гончарова, В.В. Заболоцкая и др. / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Книга 10. – Новосибирск: ООО «агентство «СИБПРИНТ», 2012. – 8,9/1,2 п.л. – 500 экз.
2. Винер О.Е. Инновационные технологии в современном строительстве / О.Е. Винер, Л.И. Наумова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 9 (36). С. 48-49.
3. Яковлева-Чернышева, А.Ю. Теоретические основы управления устойчивым развитием коммерческой организации // Управление и экономика в XXI веке. – 2015. – №2. – С. 5-11.

Глоян Р.Р., Калинушкин В.С.

ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Большинство используемых в настоящее время инструментов выбора стратегии было разработано еще в конце двадцатого века - в эпоху, когда рынки были более стандартизированы, потребительские предпочтения однородны, а сфера услуг только начинала набирать обороты [1, С.28]. Сейчас же можно наблюдать абсолютно иную ситуацию, в рамках которой под влиянием изменения факторов спроса и предложения существенно модернизируются условия функционирования компаний.

Все это приводит к тому, что использование стандартных методик и принципов построения стратегии конкурентной борьбы оказывается уместным далеко не всегда, так как не учитывает особенности того или иного рынка [2, С.23].

Чтобы компания могла стабильно развиваться – ей нужно завоевать лидерство в какой-либо из трех областей: в продукте, в цене, или узкой рыночной нише – в этом была основная идея Майкла Портера [3, С.48], чья классификация конкурентных стратегий, предложенная в третьей четверти двадцатого века, до сих пор является базовой в стратегическом менеджменте. В основу предложенной Портером типологии легли 2 параметра: рыночный сегмент, на который ориентируется компания, а также тип преимущества, который она намеревается использовать в борьбе с конкурентами. Представим данное разделение в виде матрицы и рассмотрим особенности каждого из четырех возможных вариантов выбора стратегии:

Таблица 1 - Классификация конкурентных стратегий по М.Портеру

		Конкурентное преимущество	
		Меньшие издержки	Дифференциация
Сфера конкуренции	Широкая цель	Лидерство по издержкам	Дифференциация
	Узкая цель	Сфокусированное лидерство по издержкам	Сфокусированная дифференциация

1) Лидерство по издержкам.

Предполагает минимизацию издержек на каждом из этапов цепочки создания стоимости продукта. Компании, придерживающиеся данной стратегии, стремятся избавиться от дополнительных потребительских свойств продукта и сконцентрироваться исключительно на его основном предназначении [4, С.30]. Основное конкурентное преимущество, которое получает компания при исполь-

зовании стратегии сокращения издержек – это возможность выставлять на рынок продукцию по заниженным в сравнении с конкурентами ценам, сохраняя при этом идентичный уровень прибыльности [5, С.203]. Использовать подобную стратегию уместно в тех случаях, когда спрос на товар или услугу эластичен по цене, товар однороден, а его использование стандартно. Несмотря на то, что стратегия ценового лидерства не требует большого объема затрат, она опасна тем, что конкуренты также могут пойти на снижение, и затяжная ценовая война в определенный момент времени может начать отрицательно сказываться на прибыли компании в долгосрочном периоде.

2) Дифференциация.

Конкурентное преимущество компании достигается благодаря созданию уникальной продукции, то есть основное внимание уделяется качественным характеристикам товара или услуги [6, С.282]. Использование стратегии дифференциации актуально в тех случаях, когда на рынке наблюдается неоднородный спрос, а потребители чувствительны даже к самым малейшим изменениям продукции. В то же время, стратегия дифференциации сопровождается немалым количеством потенциальных рисков, среди которых можно выделить:

- создание особенности, которая, по мнению покупателя, не дает ему каких-либо новых преимуществ;

- чрезмерная дифференциация, когда цена продукции существенно выше, чем у конкурентов, а дополнительные свойства товара не настолько ценны для потребителя;

- непонимание или незнание свойств, ценных для покупателя.

3) Сфокусированное лидерство по издержкам.

В рамках данной стратегии сохраняются все черты лидерства по издержкам, однако компания ориентируется на узкий рыночный сегмент, предоставляя свою продукцию ограниченному кругу потребителей. Это могут быть фирмы, осуществляющие свою деятельность в определенном географическом сегменте, либо предлагающие однородные по своему использованию, но специфичные по сфере применения товары и услуги, интересные лишь узкому кругу лиц.

4) Сфокусированная дифференциация.

Сохраняются все черты стратегии дифференциации, однако компания развивает определенный рыночный сегмент, потребности которого состоят в получении уникальных атрибутов товара. В большинстве случаев, это сегмент элитных потребителей, желающих приобретать продукцию с первоклассными характеристиками. Дополнительным риском данной стратегии является то, что при изменении потребительских предпочтений, компаниям, которые существенно инвестируют в уникальность продукта, будет крайне тяжело быстро и качественно переадаптировать технологию под новые рыночные требования.

Портер отмечал, что компания обязательно должна придерживаться одной из типовых конкурентных стратегий, иначе, при отсутствии ее выраженного направления, компания остается ни с чем, теряя потребителей, заинтересованных в низких ценах, в силу того, что не имеет возможности предложить устраивающую

их цену без потери прибыли, а также, не имея возможности привлечь потребителей, заинтересованных в качественных характеристиках товара или услуги, так как не концентрирует свои усилия на дифференциации производимой продукции.

Процесс же построения конкурентной стратегии Портер описывал следующим образом [10]:

Этап 1. Разработка долгосрочного направления разработки стратегии, основываясь на положительных или негативных аспектах продукта.

Этап 2. Разработка крепкого конкурентного преимущества или уникального торгового предложения продукта, которое будет соотнесено с выбранным направлением конкурентной стратегии.

Этап 3. Определение группы конкурентов, у которой планируется отвоевывать долю рынка, и группы конкурентов, которые потенциально опасны для компании с точки зрения ее нынешней доли на рынке.

Этап 4. Формирование плана тактических действий для достижения долгосрочных конкурентных целей.

Немаловажное значение при разработке конкурентной стратегии приобретает и формирование лояльности клиентов [7, С.41]. Как известно, клиент является ключевой фигурой в бизнесе. Забота о клиенте и длительное удержание его может значительно влиять на результаты деятельности компании [8, С.30]. Зарубежные исследования показали, что программы лояльности приводят к уменьшению текучести покупателей на 30% и к увеличению оборотов на 10%, а удержание лишь 5% от общего количества покупателей через какое-то время приводит к 25- 85 % увеличению получаемой от них прибыли. Прибыль, приносимая компании одним потребителем, со временем увеличивается благодаря росту его доходов, сбережений, потребностей, а также переходу на другие, более дорогие товары [9, С.134].

Программы лояльности могут помочь выявить вполне довольных клиентов, которые, несмотря на удовлетворенность товарами компании-организатора, пользуются продуктами конкурентов. Согласно опубликованным данным, только 5% из всех недовольных клиентов обращаются с жалобами. Остальные 95% потребителей просто идут искать нужные товары в другое место. Данные программы очень важны для прямого обмена информацией между покупателем и продавцом, для того, чтобы узнать о неудовлетворенности потребителей [10, С.26].

К тому же обмен информацией позволяет сэкономить на маркетинговых исследованиях и сделать целенаправленную и эффективную рекламную кампанию, уменьшить затраты на другие маркетинговые мероприятия. Лояльные клиенты - самая эффективная система мониторинга состояния бизнеса [11, С.102]. Компания сможет получить данные о качестве продукта, рекомендации по его улучшению, а анализируя данные о покупках клиента, компания может прогнозировать его потребности и оптимизировать ассортиментную политику [12, С.58].

Таким образом, единственным широко используемым в настоящее время вариантом определения конкурентной стратегии является рассмотренная выше базовая модель Портера. Ее существенным недостатком является то, что, она была сформирована еще в 70-х годах прошлого века - в соответствии с условиями

внешней среды, в которых компании функционировали в то время. Сейчас же, спустя несколько десятков лет, разработка грамотной конкурентной стратегии, позволяющей фирме максимально эффективно использовать свои ресурсы в условиях интенсивного соперничества, становится еще более важной составляющей ее успеха, однако особенности того или иного рынка, не учтенные в приведенной модели ввиду временного фактора, усложняют ее использование для анализа множества современных рынков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – Спб.: Изд-во Питер, – 2009.
2. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент // Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, – 2010.
3. Грант Р. М. Современный стратегический анализ. – М. и др.: Питер, 2008.
4. Величко Н.Ю., Лукьянова Ю.Н. Маркетинг в туризме // Проблемы устойчивого развития регионов рекреационной специализации. Материалы научно-практической конференции. – Сочи РИО СНИЦ РАН, 2007. – С. 29-34.
5. Филонова Э.А., Туюшева И.И., Нерсисян Д.А. Система управления деятельностью предприятия с целью повышения ее эффективности // Институциональный и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно - практической конференции (10 октября 2016 г., г. Нижний Новгород) Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – С.202-205
6. Величко Н.Ю., Березниченко Е.И. Исследование методов оценки кредитоспособности коммерческого банка // Научно-методический электронный журнал концепт Издательство: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, Киров. 2016, т.11. - С.281-285
7. Величко Н.Ю. Модели измерения удовлетворенности потребителей в современных условиях // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2016. №5 (56). С.40-45
8. Величко Н.Ю. Применение программ лояльности в современном маркетинге // Современная экономика. Актуальные вопросы, достижения и инновации / сборник статей победителей II Международной научно-практической конференции. МЦНС «Наука и Просвещение». 2016. С. 29-31.
9. Аакер Д. Создание сильных брендов. – М.: Перспектива, 2008. – С. 134
10. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов (перевод с английского). – М.: «Вильямс», 2004. – С. 26
11. Величко Н.Ю. Инструменты оценки эффективности программ лояльности // Вестник УРАО. 2016. № 3. С. 100-105
12. Величко Н.Ю., Бубенец И.Г. Измерение лояльности клиентов в условиях конкуренции // Управление и экономика в 21 веке. 2016. № 2. 57-60.

Мустафина А.А., Почкаев А.О.

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМИ РИСКАМИ

На уровне предприятия можно выделить следующие основные принципы управления рисками:

- система управления риском должны выступать частью процедур высшего менеджмента компании, то есть быть встроенной в стратегию развития компании и соответствовать институциональным особенностям ее функционирования;

- ключевые параметры, а также особенности системы управления риском компании должны быть отражены в ее целях и задачах, это подразумевает высокоспециализированный характер принятия решений;

- в процессе управления рисками необходимо учитывать внешние и внутренние ограничения, для этого соответствующие специальные мероприятия по управлению рисками должны быть согласованы с возможностями и условиями функционирования компании;

- единая политика по управлению рисками, что означает систематизацию всех рисков и единый комплекс мер в отношении всей совокупности, то есть комплексное и одновременное управление всеми рисками компании;

- динамический характер процесса управления риском, что связано с непрерывным характером принятия решений, касающихся управления риском.

В работе по управлению проектами «Project Management Body of Knowledge», задачи управления риском заключаются в повышении вероятности и воздействии позитивного эффекта, в уменьшении вероятности и воздействия негативного эффекта [10]. Инструменты по работе с рисками можно разделить на три основных вида. В случае чрезмерно рискованной деятельности предприятие, как правило, вынуждено отказаться от риска. При возможности аутсорсинга затратных рисков функций, либо, когда предприятие имеет возможность провести профилактику или диверсификацию, следует использовать метод передачи и снижения [4, с. 39].

В литературе выделяют 4 метода управления риском (рисунок 1):

1. Исключение риска (упразднение риска) предполагает отказ от любых

действий и мероприятий, связанных с конкретным риском.

2. Снижение риска (предотвращение потерь и контроль). Подразумевает уменьшение: а) размеров возможного ущерба; б) вероятности наступления неблагоприятного события.

3. Передача риска (страхование). Означает передачу ответственности за убытки третьим лицам при сохранении существующего уровня риска.

4. Сохранение риска (поглощение) – может происходить при: а) отказе от любых действий, направленных на компенсацию потенциального ущерба; б) при создании специальных резервных фондов.

Ниже приведем риски, советуемые видам инновационной деятельности, отраженным в законодательстве [1]. В рамках выполнения научно-исследовательских работ (далее – НИР) по созданию новой или усовершенствованной продукции, или процесса для практического применения можно выделить такие риски, как:

- риск имитации инновации;
- риск отсутствия практической значимости результатов НИР;
- риск отсутствия платежеспособного спроса.

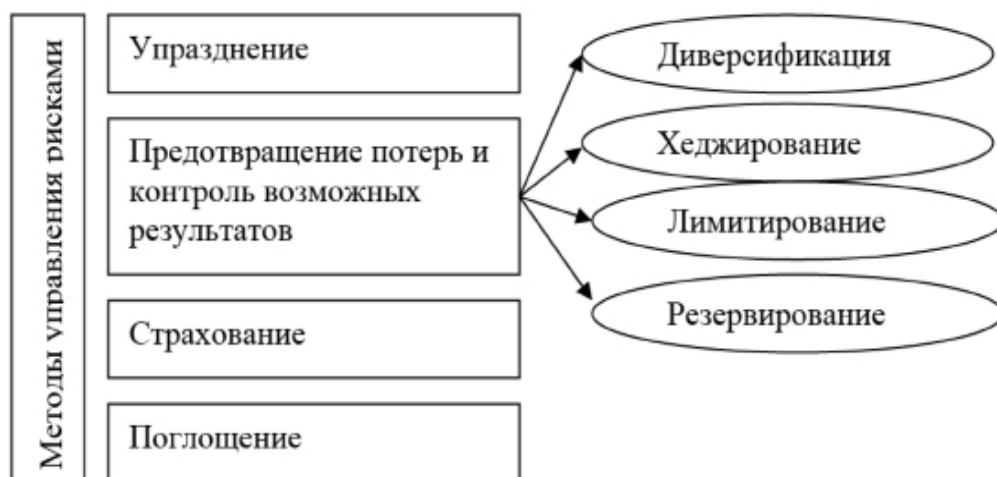


Рис. 1. Взаимосвязь методов и инструментов управления рисками

Среди факторов, способствующих возникновению перечисленных рисков, можно выделить:

- занятые ниши, отсутствие квалифицированных кадров;
- отсутствие платежеспособного спроса;
- неэффективность исследований.

Индикаторами проявления вышеприведенных рисков могут быть такие, как:

- отсутствие результатов НИР;
- неэффективность инновационного проекта.

Действиями по снижению уровня перечисленных на первом этапе рисков могут быть следующие:

- введение стандартов НИР;
- проведение маркетинговых исследований спроса, государственные стимулирующие мероприятия, введение стандартов НИР.

Вид деятельности – «Техническое переоснащение и подготовка производства для выпуска новой или усовершенствованной продукции». В разрезе данного вида деятельности мы выделяем такой риск, как риск отсутствия соответствующего уровня производственной базы для освоения нового продукта. Фактором возникновения является заторможенность развития технологической составляющей экономики. Проявляется в износе оборудования, в приобретении технологий за рубежом. Действием по снижению риска является структурная перестройка экономики, стимулирующие меры со стороны государства.

В рамках вида деятельности «Испытания новой или модернизированной продукции или процесса» можно выделить риск ущерба в результате «провала» испытаний. Факторами риска являются низкая квалификация кадров, сбой в расчетах и подготовке к испытаниям. Проявляется в отсутствии запланированных результатов испытаний. Действиями по снижению риска можно назвать проведение расчетов смежными и дублирующими группами, а также покрытие страховых рисков.

В рамках выпуска новой или модернизированной продукции, применение нового или модернизация устаревшего процесса, можно выделить риск неэффективности проекта. Фактором риска является недостаточное маркетинговое исследование, неквалифицированный персонал. Проявляется риск в виде прямого убытка в результате неэффективности проекта; косвенного убытка в результате неэффективности технологического процесса. Управление в данном случае охватывает покрытие рисков остановки производства.

Финансирование инновационной деятельности охватывает риск отсутствия финансирования. При этом фактором, способствующим возникновению риска, является отсутствие стимулирующих мероприятий для бизнес-ангелов, незаинтересованность спонсоров в финансировании инновационной деятельности. Проявляется риск при возникновении дефицита финансовых ресурсов в инновационной деятельности. Снизить риск представляется возможным лишь при применении стимулирующих мер со стороны государства.

При приобретении прав на объекты интеллектуальной собственности возникает риск утери прав собственности. Фактором риска является неэффективная защита прав интеллектуальной собственности.

В таблице 1 приведены механизмы управления рисками по видам инновационной деятельности.

Таблица 1

Управление рисками инновационной деятельности
на российских предприятиях

Вид деятельности	Риски	Факторы, способствующие возникновению риска	Индикаторы проявления	Действия по снижению уровня риска
Продвижение на рынок новой продукции	Риск отсутствия платежеспособного спроса на разработанную продукцию	Низкий уровень развития экономики государства	Высокий уровень конкуренции	Усовершенствование путем создания дешевых заменителей
Организация инновационной инфраструктуры	Риск организации неэффективной инфраструктуры	Отсутствие поддержки со стороны государства	Отсутствие звеньев в инфраструктуре	Стимулирующие меры со стороны государства
Подготовка, переподготовка, повышение квалификации кадров для осуществления инновационной деятельности	Риск отсутствия квалифицированных кадров с базовым эффективным образованием	Отсутствие соответствующей образовательной инфраструктуры	Дефицит квалифицированных кадров	Развитие соответствующей образовательной инфраструктуры с участием государства

Инновационные риски можно рассматривать как риски улучшающих инноваций (как правило, реализуемых на предприятиях реального сектора экономики) и риски радикальных инноваций, реализуемых особыми инновационными организациями. Риски предприятий реального сектора экономики, как правило, многогранны и разнородны, что отражается на возможности применения различных механизмов страховой защиты и страховых отношений [3, с. 103]. Так, например, если риски человеческого капитала, экологические, производственные риски подпадают под возможность передачи рисков в страховые организации, то предпринимательские риски не всегда можно передать страховщикам и они, чаще всего, не подпадают под страховую защиту, предполагают применение самострахования или поглощение риска. То же самое касается, например, и рисков в инвестиционной деятельности [7, с. 45].

В случае реализации рисков инновационных проектов представляется возможным вывести интегральный риск, заключающийся в возможности реализации результата инновационного проекта. При этом интегральный риск инновационного проекта представляет собой чаще всего спекулятивный риск. Все инновационные риски можно распределить на классы рисков в инновационном процессе с точки зрения уровня и масштабов. Первый уровень – приемлемые риски (производственные, риски человеческого фактора, инвестиционные риски

и т.д.). Второй уровень – риски, выходящие за уровень приемлемых – финансовые риски, риски упущенной выгоды, риски остановки производственного процесса. В эту группу относятся улучшающие инновации, такие, как техническое перевооружение, реконструкция. Третий уровень – риски венчурных, инновационных проектов. Риски данной группы включают в себя финансовые риски, в т.ч. риск упущенной выгоды, инвестиционные и другие виды рисков, риски персонала и т.д.

Чем больше уровень риска (масштабы последствий и сложнее оценка вероятности возникновения), тем значительнее становится участие государства в управлении риском [5, с. 494]. При управлении производственными рисками предприятию целесообразно использовать, в зависимости от объема ущерба, все методы управления рисками. В разрезе страховой защиты в первой группе целесообразно применять самострахование, передачу риска страховщикам [2, с.36]. В таблице 2 представлены риски, дифференцированные по видам деятельности в инновационно-производственном процессе.

Таблица 2

Риски, дифференцированные по видам деятельности в инновационно-производственном процессе

Инновационно-производственный процесс	Вид деятельности	Виды рисков
Производственная деятельность предприятия	Производство, ремонт, расширение производства	Производственные, экологические, риски человеческого фактора (риски персонала), риски упущенной выгоды, финансовые риски и т.д.
Улучшающие инновации	Техническое перевооружение, реконструкция	Риски упущенной выгоды вследствие остановки производства, финансовые риски и др.
Радикальные инновации с запланированным конечным результатом	Венчурные проекты на базе венчурных или производственных предприятий	Финансовые риски (риск отсутствия окупаемости, риски отсутствия финансирования, риск отсутствия результатов инновационного проекта)
Радикальные инновации, не предполагающие результат в виде конечного продукта	Научные исследования	Экологические риски, риски человеческого капитала, финансовые риски и др.

При управлении рисками радикальных инноваций, а также научных исследований и разработок сложно применять передачу рисков страховым компаниям вследствие особых масштабов и сложности расчета вероятности их возникновения [8, с.15]. В этих условиях эффективно применять взаимное страхование,

страхование с участием государства либо полное финансирование со стороны государства. В современных условиях применяется как один из методов управления рисков – секьюритизация, представляющая собой фактически финансирование компаний под инфраструктурные проекты посредством размещения долговых ценных бумаг [6, с. 27], [9, с. 429]. Для специфических инновационных проектов, которые невозможно подвергнуть страховой защите, также возможно применить взаимное страхование в форме создания обществ взаимного страхования на кластерной основе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление ГД ФС РС от 01.12.1999 №4685-П ГД «О Федеральном законе «Об инновационной деятельности и о государственной инновационной политике»
2. Алякина Д.П. Управление филиальной сетью страховой компании // Страховое дело. – 2012. – №12 (238). – с. 36-38.
3. Величко Н.Ю., Осадчая Н.Н. К вопросу об управлении рисками в страховании // Science Time. – 2015. – № 4 (16). – с. 102-109.
4. Гилязиева А.Д., Кайгородова Г.Н. Система управления финансами компании // В сборнике «Актуальные вопросы современного финансового менеджмента». Материалы международной научно-практической конференции. Под ред. Насретдинова И.Т. – Казань, 2014. – с. 39–40.
5. Ермасов С.В. Особенности финансирования рисков радикальных улучшающих инноваций // Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы и перспективы: материалы XVI Международной научно-практической конференции / ЯрГУ, Росгосстрах. – Ярославль: ЯрГУ, 2015. – с. 493-496.
6. Иванов М.Е. Активизация долгосрочных инвестиций для строительства и модернизации объектов инфраструктуры региона посредством инфраструктурных облигаций // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2011. – № 41. – с. 27 – 31.
7. Кайгородова Г.Н. Повышение эффективности системы управления инвестиционной деятельностью страховщика // Казанский экономический вестник. – 2013. – №6 (8). – с. 44-48.
8. Пыркова Г.Х. Экономическая сущность финансового посредничества // Вестник Казанского государственного финансово-экономического института. – 2007. – №1. – с. 14 – 17.
9. Юсупова Л.М., Никонова Т.В. Проблемы и перспективы развития проектного кредитования в банковском секторе в современных условиях // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2015. – Т. 193. – с. 429-435.
10. PMBoK Guide – 4rd edition, A Guide to the Project Management Body of Knowledge / Project Management Institute. – Inc, 2010.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Хубулава Н.М.

ИДЕОЛОГИЯ РОССИИ XXI ВЕКА

Если быть откровенным, в СМИ, в Думе, в правительстве и даже иногда на кухнях идут горячие споры, дебаты относительно того, в чьих руках окажется будущая власть России. В 90-е годы я обратился к Председателю Правительства Е.М. Примакову относительно перспектив развития Российской Федерации. Направил меня многоуважаемый мною ректор, академик МГУТУ им. К.Р.Разумовского О.К. Филатов. Евгений Максимович беседовал со мной почти в течение часа, к сожалению, из кабинета мне пришлось уйти без результата. Но на выходе он меня остановил и сказал: «Друг мой, брат мой, допускаем, что государство без идеологии, без опознавательных знаков – нонсенс, - добавил, - сейчас неподходящее время ставить вопрос об идеологиях, о перспективах развития России. Мы не знаем, что нас ожидает завтра». Действительно, через несколько дней он был отстранен от занимаемой должности Б.Н. Ельциным.

Поведение Б.Н. Ельцина не всегда вписывается в рамки порядочности. Однажды первый заместитель министра Миннаца Х.Боков мне рассказал о том, что как-то на белорусской земле Ельцин направился в баню с Шушкевичем и Кравчуком, а после бани затребовал с них водку. Он утверждал, что нам надо снять М.С. Горбачева. Подпишем расторжение союзного договора, а потом союз снова соберем. После подписания он потребовал позвонить Бушу. Он, конечно, не поверил в расторжение союзного договора и добавил, что это очередная непонятная русская шутка. Итак, они втроем, одним росчерком разрушили наш любимый союз братских народов.

В современных условиях обстановка иная. В.В. Путин, Д. Медведев имеют более устойчивую установку, позицию по перспективам, идеологии развития страны. Дело в том, что рынок все же не самоцель, надо думать, принимать конкретное, взвешенное решение относительно улучшения социально-экономической ситуации в обществе, жизни граждан России. Только на службу надо приглашать профессионалов, умеющих в сложных социально-политических условиях пролить свет, ясность на решаемые проблемы.

Конституцией России (статья 13) закреплено, что государство должно

иметь идеологию. Но конституция не запрещает нам все-таки думать и внести поправки с соответствующим утверждением.

Как известно, человечество всегда создало будущее всецело. Развитие общества всегда зависело от воспитания подрастающего поколения, что и как достичь при сегодняшних технологиях, конкурентных преимуществах и т.д.

К сожалению, у нас идет недооценка этой мудрости, прежде всего, нужны такие молодежные организации, которые бы постоянно проводили разнообразные работы среди подрастающего поколения, не так, чтобы они осуществляли только развлечение, не имеющие отношения к духовному воспитанию гражданина России, заботе старшего поколения. Полагаем, что, если текущие тенденции продолжатся, тогда бездарное, неподготовленное молодое поколение окажется у власти. Должен быть более жесткий отбор кадров в зависимости от профессиональной ориентации. Надо искать формы политического, экономического сотрудничества молодежи. По существу доходить до ее сердца, души и чаяний.

Почему сегодня не работают такие организации как: пионерские, комсомольские; почему сегодня забыли интернационализм, патриотизм, целеустремленность, проблемы межнациональных отношений и т.д. Все это на самом деле эффективные формы воспитания подрастающего поколения. У нас молодежь способная, только надо было бы разумно воздействовать на нее, не превращать заботу в мелочную опеку.

Должно же быть очевидным, что патриотизм – это необходимое условие решения социально-экономических, региональных, инновационных проблем в России, особенно важно интернационалистическое сознание в российском обществе: к началу XXI века в мире насчитывалось 513 народов (наций), общей родиной для 166 из них является Россия. Вот уже несколько веков она хранит их язык, культуру, среду обитания. Она создает для них опору национального развития в ценности федеративного государства.

Нужно обобщение и глубокий анализ специфики функционирования межнациональных отношений в таких сферах, как социальное взаимодействие, экономика, политика, духовность, быт и т.д., требуется разработка социальных и психологических аспектов межнациональных отношений, а также разработка практических программ развития регионов России не только на ближайшую перспективу, но и на отдаленную перспективу.

Таким образом, нам сегодня нужны целевые ориентиры на будущее отдельных регионов, федеральных округов России, т.е. возникает объективная необходимость разработки целевых ориентиров, как на ближайшую, так и на отдаленную перспективу. Такая идеология требует возобновления в ВУЗах курса стратегического планирования и прогнозирования.

По нашим оценкам, курс стратегического планирования должен состоять из четырех разделов:

Раздел 1. Общие положения.

Глава 1. Законодательство о государственном стратегическом планировании социально-экономического развития Российской Федерации

Статья 1. Предмет регулирования Федерального закона.

Статья 2. Правоотношения, регулируемые Федеральным законом о государственном стратегическом планировании социально-экономического развития Российской Федерации.

Статья 3. Законодательство Российской Федерации о государственном стратегическом планировании.

Статья 4. Нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения в области государственного стратегического планирования социально-экономического развития.

Статья 5. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе.

Глава 2. Полномочия Российской Федерации и субъектов Российской Федерации в сфере государственного стратегического планирования

Статья 6. Полномочия Российской Федерации в сфере государственного стратегического планирования социально-экономического развития.

Статья 7. Полномочия субъектов Российской Федерации в сфере государственного стратегического планирования.

Раздел II. Система государственного стратегического планирования социально-экономического развития

Глава 3. Система государственного стратегического планирования социально-экономического развития

Статья 8. Структура системы государственного стратегического планирования социально-экономического развития.

Статья 9. Документы системы государственного стратегического планирования социально-экономического развития.

Статья 10. Правовая форма документов государственного стратегического планирования социально-экономического развития.

Статья 11. Функции системы государственного стратегического планирования социально-экономического развития.

Глава 4. Принципы системы государственного стратегического планирования социально-экономического развития

Статья 12. Перечень принципов системы стратегического планирования социально-экономического развития.

Статья 13. Принцип единства и целостности системы.

Статья 14. Принцип внутренней сбалансированности системы.

Статья 15. Принцип результативности и эффективности функционирования системы.

Статья 16. Принцип самостоятельности выбора путей решения задач.

Статья 17. Принцип ответственности участников процесса государственного стратегического планирования.

Статья 18. Принцип прозрачности (открытости).

Статья 19. Принцип достоверности и реалистичности.

Статья 20. Принцип финансовой обеспеченности.

Статья 21. Принцип преемственности и непрерывности.

Глава 5. Классификация целей социально-экономического развития Российской Федерации

Статья 22. Структура и значение классификации целей социально-экономического развития Российской Федерации.

Статья 23. Классификация целей социально-экономического развития Российской Федерации.

Раздел III. Процесс государственного стратегического планирования

Глава 6. Основы разработки документов государственного стратегического планирования социально-экономического развития

Статья 24. Этапы разработки документов системы государственного стратегического планирования.

Статья 25. Взаимосвязь и соподчиненность документов системы государственного стратегического планирования.

Глава 7. Государственное прогнозирование в Российской Федерации

Статья 26. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации.

Статья 27. Прогноз социально-экономического развития на долгосрочный период.

Статья 28. Прогноз социально-экономического развития на среднесрочный период

Глава 8. Долгосрочные стратегии и программы

Статья 29. Основы разработки долгосрочных стратегий.

Статья 30. Государственная программа вооружения Российской Федерации

Статья 31. Долгосрочные целевые программы.

Глава 9. Среднесрочное планирование

Статья 32. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу.

Статья 33. Сводный доклад о результатах и основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации.

Статья 34. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности субъекта бюджетного планирования.

Глава 10. Государственное стратегическое планирование в субъектах Российской Федерации

Статья 35. Стратегия развития субъекта Российской Федерации на долгосрочную перспективу.

Статья 36. Прогноз социально-экономического развития субъекта Российской Федерации на среднесрочный период.

Статья 37. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации.

Глава 11. Государственный контроль и мониторинг системы государственного стратегического планирования

Статья 38. Государственный контроль системы стратегического планирования социально-экономического развития Российской Федерации.

Статья 39. Цели государственного контроля системы стратегического планирования социально-экономического развития Российской Федерации.

Статья 40. Задачи органов внешнего государственного контроля.

Статья 41. Информационное обеспечение государственного контроля.

Статья 42. Государственный мониторинг.

Глава 12. Полномочия участников процесса государственного стратегического планирования социально-экономического развития

Статья 43. Участники процесса государственного стратегического планирования.

Статья 44. Полномочия участников процесса государственного стратегического планирования.

Статья 45. Взаимодействие участников процесса государственного стратегического планирования.

Раздел IV. Заключительные положения

Статья 46. Вступление в силу Федерального закона.

Статья 47. Приведение актов законодательства Российской Федерации в соответствие с настоящим Федеральным законом.

Статья 48. Переходные положения.

И так в каждом регионе, федеральном округе необходимо иметь целевую социально-ориентированную программу развития. Она должна быть подкреплена соответствующими механизмами, инструментами ее реализации. Тогда то, что сегодня обратная связь с регионами ослаблена, не будет иметь последствий. Безусловно, правительство также должно иметь целевую программу развития на проектируемые периоды развития бизнеса, предпринимательской деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тишков. В.А. Общество в вооруженном конфликте. М., «Наука», 2001. с. 550.
2. Курс политической экономики (в двух томах). Под ред. Н.А.Цигалова. М., 1970. с. 550.
3. Рабочая книга по прогнозированию М., «Мысль». 1982. с. 427.
4. Марксизм. Прошлое, настоящее, будущее. М., МАКС ПРЕС. 2003. с. 651.
5. Пищевая промышленность России в условиях рыночной экономики. М.,

Пищепромиздат. 2001. с. 683.

6. Методическое положение по разработке государственных планов социально-экономического развития. М. Госплан РСФСР. 1989. с. 700.

7. Хубулава Н.М. Социально-ориентированная модель развития российского общества (стратегия-2020), возможные сценарии развития на период до 2050 года. М. «Восход-А», с 222.

8. Боков. Х. О России с любовью и болью. М., 2016. с. 470.

Зайков В.П.

НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ АВТОРСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Изучению проблемы методической оценки и выработки мероприятий по повышению эффективности деятельности органов государственного управления, уделено значительное внимание в трудах отечественных и зарубежных ученых, в числе которых находятся представители самых различных профессий и отраслей наук (экономисты, социологи, правоведы, политологи, философы). Исследуя данную проблему в различных аспектах, авторы сходятся во мнении, что она характеризуется сложностью, многоплановостью, широкой проблематичностью [5,8,10]. В силу отмеченного и в отличие от практики менеджмента фирмы [1], следует констатировать, что проблема методической оценки недостаточно разработана в теории государственно-административного управления, что создает определенные сложности в построении теоретической базы для проведения необходимых и давно назревших организационных преобразований органов государственного управления. Также, причиной неразработанности проблемы является, на наш взгляд, неоднозначность понимания специфики исходного экономического понятия «эффективность». Приведем некоторые результаты исследования этого проблемного вопроса.

Термин «эффективность» (от лат. *effectivus*) в самом широком (и изначальном) смысле означает способность приводить к нужным результатам [11]. Определяющее содержание эффективности находится, по нашему мнению, в прямой зависимости от того, по отношению к чему (иначе, объекту дальнейшей оценки эффективности) применяется этот термин. С нашей точки зрения, эффективность государственного управления следует рассматривать в трех аспектах, причем каждый последующий из перечисленных далее, уточняет,

конкретизирует понятие предшествующего аспекта:

- эффективность деятельности (органа государственного управления, его структурного подразделения);
- эффективность управления (в целом, системы государственного управления в отношении объекта управления отрасли, сферы, вида деятельности, территории и т.д.);
- эффективность управленческих решений, принимаемых и реализуемых органом исполнительной власти.

Так, в первом аспекте, эффективность комплексно отражает успешность деятельности органа государственного управления как организации, степень соответствия результатов деятельности поставленным задачам. В этой связи, эффективность в первом аспекте можно подразделить на внутреннюю (управление собственными ресурсами и возможностями) и внешнюю (использование внешних ресурсов и возможностей).

В первом варианте эффективности деятельности организация рассматривается как «закрытая», а во втором, как «открытая» [7]. В обоих вариантах, эффективность деятельности можно определить, как соотношение достигнутых результатов (осуществления деятельности) и затраченных на это достижение ресурсов.

Для сферы государственной службы результатами деятельности таких служб является повышение качества и уровня жизни населения, снижение смертности, повышение рождаемости и реальных доходов населения, улучшение показателей развития объектов управления (перечисленных ранее). В качестве ресурсов, затраченных на достижение такого результата деятельности, можно считать бюджетные расходы на содержание органов государственного и муниципального управления (бюджетные ресурсы), кадровые и административные ресурсы, прочие ресурсы, используемые для оказания государственных (муниципальных) услуг [9].

Во втором аспекте, эффективность управления понимается как «результат деятельности» или «результат управления». Многие авторы считают, что эффективность управления есть «результативность управления деятельностью организации», которая в свою очередь, является следствием способности руководства (менеджеров) добиваться достижения поставленных целей. Также, ряд экономистов высказывают мнение о том, что эффективность управления представляет собой функцию двух переменных:

- затрат на содержание аппарата управления;
- результатов управленческой деятельности, отражающихся в изменении значений показателей, по которым оценивается состояние объекта управления.

Приведем наиболее характерные формулировки российских авторов.

Эффективность - результат деятельности по управлению. Определяется степенью, в которой система управления способствует удовлетворению (растущих) потребностей общества (Байков Н.Д., Русинов Ф.М.).

Эффективность – результат деятельности системы управления.

Определяется в конечных результатах деятельности предприятия, в частности, сокращении затрат, увеличении производительности труда, повышении рентабельности (Омаров А.М.).

Эффективность а) совокупный эффект работы всего коллектива, структур предприятия; б) система принципов, методов, средств и форм управления предприятием. Выражает эффективность производства в условиях неравновесной внешней и внутренней среды (Милехина Л.А.).

Эффективность - степень организованности целенаправленного долгосрочного функционирования предприятия как социально-экономической системы. Одним из главных свойств эффективности является результативность как степень соответствия полученных результатов их плановым значениям (Леонтьев Е.Д.).

Эффективность - качественное свойство результативности, которое характеризует степень рационального использования ресурсов. С ее помощью делают выводы о рациональности полученных результатов деятельности, управления (Корицкая О.И.).

Специфично, что применительно к оценке деятельности государственных и муниципальных органов, результат управления (эффект) не может выражаться чисто финансовым (прибылью) и выступает в формах, которые достаточно сложно соотнести с затраченными ресурсами. Прямой результат государственного и муниципального управления может быть экономическим (например, создание новых рабочих мест), социальным, демографическим, политическим и т.д. При этом, важно учитывать и «косвенные» результаты, такие как повышение качества жизни, улучшение показателей смертности и рождаемости, рост реальных доходов граждан, нормального развития объектов управления (в частности, предприятий бизнеса). К косвенной группе результатов управления относится и профилактическая деятельность органов государственного и муниципального управления. Более подробное исследование методических оценок эффективности управления системы государственного и муниципального управления представляет собой достаточно важную задачу.

В третьем аспекте, уровень эффективности является важнейшей характеристикой качества принимаемых управленческих решений. При оценке эффективности управленческих решений необходимо обеспечить синтез экономических и социальных аспектов, что особенно важно, для сферы государственного управления [12]. Согласно устоявшемуся мнению, оценка эффективности управленческих решений не является самоцелью, а выступает как инструмент выявления резервов для повышения эффективности управления в целом [6]. В числе показателей эффективности управленческих решений могут быть уровень их научной обоснованности, ориентация на использование передового отечественного и зарубежного опыта, расходы, связанные с разработкой решений, численность занятых специалистов в разработке решений, степень риска в достижении результата управленческого решения и т.д. [4].

В завершение вопроса скажем, что с термином «управление» достаточно

тесно связан другой термин – «менеджмент» и как показывает практика, часто между ними не делается различия. Выскажем свою точку зрения по этому поводу. По нашему мнению, менеджмент организации следует рассматривать как систему наивысшего уровня управления ею, которая принципиально отличается от традиционной системы управления:

- сложностью, комплексностью процесса управления;
- использованием при принятии управленческих решений широкой информационной базы и самых современных информационных технологий;
- воздействие осуществляется на организованную совокупность взаимодействующих между собой объектов управления (на так называемую «управляемую подсистему» менеджмента);
- субъект управления заменен на «управляющую подсистему», характеризующуюся определенной инфраструктурой управления;
- в системе присутствует менеджер как «организатор» процесса управления, лицо, принимающее самые ответственные решения;
- наличие миссии организации и стратегии управления как совокупности целевых установок (множественность, иерархия, соподчиненность целей) и методов, средств их достижения в долгосрочном периоде;
- наличие системы политик как инструментов реализации целей в среднесрочном периоде;
- значительно более широкий состав функций-процедур в управлении.

Как нами было показано в авторской монографии [3], руководствуясь отмеченными выше отличиями и должно осуществляться разграничение компетенций менеджера и (обычного) управляющего. Так, начальника небольшого отдела местной администрации можно охарактеризовать как управляющего, а руководителя федерального органа власти как менеджера государственной службы. Считаем, что разработки методик персональной оценки экономической эффективности работы государственного служащего, менеджера имеют широкие научные перспективы, а их использование в практике государственного управления позволит исключить равнодушие, бюрократизм и инертность чиновников, которые в действительности должны быть слугами народа, а не наоборот.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зайков, В.П. Методологические подходы к оценке эффективности налогового менеджмента фирмы / В.П. Зайков // Всероссийская научно-практическая конференция по итогам 2014 года: Материалы всероссийской заочной научно-практической конференции по экономике и гуманитарным наукам (Краснодар. 25 декабря 2014 г.). Краснодар: ЦНТИ, 2014. 256 с.; С. 68-72.

2. Зайков, В.П. Оценка эффективности контрольной работы налоговых органов / В.П. Зайков // Политическое и социально-экономическое развитие Юга России: история, современность, перспективы развития: сборник статей международной научно- практической конференции / Под ред. В.П. Басенко, В.П. Зайкова. М.: Моск.ун-т им. С.Ю. Витте, 2015. 2,58 Мб; С.83-88.

3. Зайков, В.П. Формирование теории государственного налогового менеджмента. Объекты управления: монография / В.П.Зайков. Краснодар: Кубанский институт социэкономики и права (филиал) ОУП «Академия труда и социальных отношений», 2016.144 с.

4. Зуб, А.Т. Принятие управленческих решений. Теория и практика: Учеб. пособие / А.Т. Зуб. М.: Форум, 2014. 400 с.

5. Купряшин, Г.Л. Теория и механизмы современного государственного управления: Учеб. пособие / Г.Л. Купряшин, А.И. Соловьев. М.: МГУ, 2013.642 с.

6. Малышева, М.А. Теория и методы современного государственного управления: учеб.-метод. пособие / М.А. Малышева [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/003/78003/58936?p_page=3.

7. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури / пер. с англ. О.И. Медведь. М.: Вильямс, 2011. 672 с.

8. Охотский, Е.В. Теория и механизмы современного государственного управления: Учебник и практикум / Е.В. Охотский. Люберцы: Юрайт, 2016. 366 с.

9. Очирова, Л.С. Оценка эффективности деятельности органов государственной власти: основные понятия, методы, технологии / Л.С. Очирова // Вестник Института комплексных исследований аридных территорий. 2015. Вып.№ 2 (25) / 20. С.83-92.

10. Разворотнева, С.В. Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления: перспективы и пути развития / С.В. Разворотнева, А.В.Рябинин [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vsmsinfo.ru/article.html?204#n204>.

11. Румянцева, Е.Е. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е. Румянцева. М.: ИНФРА-М, 2010. VI, 826 с.

12. Соловьев, А. Принятие государственных решений / А.Соловьев [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://grosbook.info/index.php?lid=2202&name=Files&op=view_file.

АННОТАЦИИ

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Макс О.Н.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В данной статье рассмотрены вопросы диагностики финансового состояния предприятий в системе антикризисного управления, выявлены направления, по которым необходимо вести эту работу. Проанализированы пути управления дебиторской задолженностью для современного бизнеса с целью повышения прибыльности и рентабельности предприятия. Представлены способы возврата дебиторской задолженности, такие как ее продажа банку или другому кредитному учреждению - договор факторинга. Выявлены достоинства и недостатки данного способа. Для сокращения убытков и получения прибыли, а также для снижения издержек производства разработаны рекомендации и конкретные мероприятия.

Ключевые слова: антикризисное управление, дебиторская задолженность, рациональная структура запасов, неплатежеспособность, финансовое состояние, финансовое оздоровление.

Кайгородова Г.Н., Сеферян М.Л.

ПЕРЕСТРАХОВОЧНАЯ ЗАЩИТА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛЬНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ

Система перестраховочной защиты позволяет обеспечить устойчивое функционирование страхового рынка. В настоящее время существует целый ряд проблем, вызванных как антироссийскими санкциями, так и общим состоянием экономики. Это не могло не сказаться на рынке перестрахования. В статье анализируется современное состояние рынка перестрахования в РФ, выявлены

проблемные точки функционирования, определены и систематизированы риски перестраховочной защиты, проведен поиск путей развития перестраховочного рынка.

Ключевые слова: система перестрахования, универсальный страховщик, санкции, финансовая устойчивость страховщика, перестраховочная защита, государственный перестраховщик.

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

Лященко Н.А., Раганян М.С.

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАПИТАЛА В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

В статье рассматривается сущность понятия «капитал» в системе корпоративного финансового менеджмента, структура капитала корпораций. Значительное внимание уделено специфике формирования капитала в коммерческих банках.

Ключевые слова: капитал, финансовый менеджмент, структура капитала, банковский капитал, собственный капитал банка.

Жменя Л.Т., Попандоуло Е.Д.

МЕСТО И РОЛЬ НЕКРЕДИТНЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В КОРПОРАТИВНОЙ БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Новые некредитные банковские продукты становятся одним из стимулов дальнейшего развития банковского бизнеса и актуальным направлением работы российских банков. В данной статье рассмотрены вопросы ключевой роли некредитных банковских продуктов в современных условиях.

Ключевые слова: банк, банковские риски, банковские услуги, некредитные банковские продукты, финансовый кризис.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Роганян С.А., Сосницкая Е.Е., Бурзун Н.В.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Статья посвящена реализации маркетинговой стратегии на предприятии в условиях конкуренции. Автором дается характеристика маркетинговой стратегии, предлагается анализ по ряду показателей для ее внедрения, раскрываются проблемы ее отсутствия на предприятии, описываются последствия, с которыми может столкнуться предприятие, которое не учитывает маркетинговые меры в процессе своей деятельности.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая стратегия, тактика, анализ, бизнес, управление маркетингом, удовлетворенность потребителей.

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Филонова Э.А., Бердышев О.К.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Данное исследование ориентируется на предложение городского туризма, где на гостиничном рынке присутствуют отели различного типа, а именно бизнес отели и отели туристического типа, что позволяет проследить разные модели построения предложения дополнительных услуг. В связи с этим были изучены соответствующие предпочтения туристов разного типа и на их основе выведены факторы, которые могут влиять на формируемое предложение дополнительных услуг.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиничные услуги, дополнительные услуги, эффективность деятельности, гостиничный продукт.

Карабанов К.В., Степанов С.Г.

ИННОВАЦИОННЫЙ АУТСОРСИНГ СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА СОЧИ

В статье проанализированы ключевые моменты касаются процесса распространения инновационного аутсорсинга. Представлена актуальность данного явления в современной системе строительства. Приведены примеры применения инновационного аутсорсинга строительной сферы на примере города Сочи.

Ключевые слова: аутсорсинг, инновации, строительство, Сочи, Олимпийские игры, строительные объекты.

Глоян Р.Р., Калинушкин В.С.

ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются вопросы формирования конкурентных стратегий в современных условиях. Исследуются основные параметры, положенные в основу разработки конкурентной стратегии с учетом повышения лояльности клиентов.

Ключевые слова: маркетинг, стратегия, управление, конкурентная борьба, лояльность.

Мустафина А.А., Почкаев А.О.

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМИ РИСКАМИ

В статье исследованы различные аспекты инновационной деятельности предприятия. Риски хозяйствующих субъектов, как правило, многогранны и разнородны, это вызывает потребность изучения возможности применения различных механизмов страховой защиты. Одновременно риски, возникающие при реализации инновационных проектов, зачастую невозможно передать страховщикам и они, чаще всего, не подпадают под страховую защиту и предполагают применение иных методов, как правило, самострахования или поглощения риска.

Ключевые слова: виды инновационной деятельности, научно-исследовательские работы, риск, инновационный риск, предпринимательский риск, страховая защита.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Хубулава Н.М.

ИДЕОЛОГИЯ РОССИИ XXI ВЕКА

Проблема актуальна. Обосновывается целесообразность перспективной идеологии развития. В противном случае власть может оказаться у некомпетентных людей. Они могут прибрать к своим рукам будущую власть России. В связи с этим предлагается новая идеология — духовно-нравственное воспитание молодежи, гражданина России. В частности, необходима разработка целевых комплексных программ, ориентиров стратегического планирования, прогнозирования перспективного развития российского общества, а также регионов и федеральных округов.

Ключевые слова: идеология, перспектива, подрастающее поколение, конституция, межнациональные отношения, целевые программы, программы развития бизнеса, предпринимательской деятельности и другие. Программа дея-

тельности развития России предусмотрена не только на три года, но и период до 2050 года, она затронет сферу социального взаимодействия в политике, экономике, духовность, быт и другие.

Зайков В.П.

НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ АВТОРСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Для правильного формирования и использования методик оценки эффективности в сфере деятельности органов государственного управления, по мнению автора, необходимо провести более детальное исследование исходного понятия «эффективность» и его специфичности для данной сферы управления. В статье предлагается эффективность рассматривать в трех аспектах: в отношении оценки деятельности, управления и управленческих решений. Высказана также авторская позиция по отличию менеджмента от «традиционного» управления и необходимости разработки методик персональной оценки госслужащих, определенная часть которых может быть отнесена по своей компетенции к государственным менеджерам.

Ключевые слова: эффективность, результативность, управление, государственный орган, методическая оценка, аспект, понятие.

SUMMARY

FINANCE AND CREDIT

Maks O.N.

MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING THE FINANCIAL STATUS OF ENTERPRISES IN THE SYSTEM OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT

This article examines the issues of diagnosing the financial condition of enterprises in the system of anti-crisis management, reveals the areas where this work is necessary. The ways of management of accounts receivable for modern business with the purpose of increasing the profitability and profitability of the enterprise are analyzed. The ways of returning receivables are presented, such as its sale to a bank or other credit institution - a factoring agreement. The advantages and disadvantages of this method are revealed. To reduce losses and generate profits, as well as reduce production costs, recommendations have been developed, as well as specific activities.

Keywords: Anti-crisis management, accounts receivable, rational structure of stocks, insolvency, financial condition, financial recovery.

Kaygorodova G.N., Seferyan M.L.

REINSURANCE PROTECTION AS A FACTOR FOR THE STABILITY OF THE FUNCTIONING OF THE RUSSIAN INSURANCE MARKET

The system of reinsurance protection allows to ensure a stable functioning of the insurance market. At present, there is a number of problems caused by both anti-Russian sanctions and the general state of the economy. This could not but affect the reinsurance market. The article analyzes the current state of the reinsurance market in the Russian Federation, identifies problem points of operation, identifies and systematizes the risks of reinsurance protection, and looks for ways to develop a reinsurance market.

Keywords: Reinsurance system, universal insurer, sanctions, financial stability

of the insurer, reinsurance protection, state reinsurer.

DEVELOPMENT OF BANK SPHERE

Lyashchenko N.A., Raganian M.S.

SUBJECT-MATTER AND PECULIARITIES OF CAPITAL FORMATION IN THE COMMERCIAL BANK

The article deals with the subject matter of the concept «capital» in the system of corporate financial management, the structure of corporate capital. Considerable attention is paid to the specifics of capital formation in commercial banks.

Keywords: Capital, financial management, capital structure, bank capital, equity of the bank.

Zhmenya L.T., Popandopulo E.D.

THE PLACE AND ROLE OF NON-CREDIT BANKING PRODUCTS IN THE CORPORATE BANKING SPHERE

New non-credit banking products are becoming one of the incentives for the further development of the banking business and the actual direction of the work of Russian banks. This article discusses the key role of non-credit banking products in modern conditions.

Keywords: Bank, bank risks, banking services, non-credit banking products, financial crisis.

PROBLEMS OF MODERN MARKETING

Roganyan S.A., Sosnitskaya E.E., Burgun N.V.

MARKETING STRATEGY AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION

The article is devoted to the marketing strategy implementation at the enterprise in the conditions of competition. The author gives a description of the marketing strategy, suggests an analysis of a number of indicators for its implementation, reveals the problems of its absence in the enterprise, describes the consequences that an enterprise may face that does not take into account marketing measures in the course of its activities.

Keywords: Marketing, marketing strategy, tactics, analysis, business, marketing management, customer satisfaction.

CORPORATE MANAGEMENT

Filonova E.A., Berdyshev O.K.

ADDITIONAL SERVICES AS A WAY TO INCREASE THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES OF HOTEL BUSINESS

This study focuses on the offer of urban tourism, where the hotel market includes hotels of various types, namely business hotels and tourist-type hotels, which allows you to trace different models for building additional services. In this regard, it studies the respective preferences of tourists of different types and, on their basis, the factors which can influence the formed supply of additional services.

Keywords: Hotel business, hotel services, additional services, activity efficiency, hotel product.

Karabanov K.V., Stepanov S.G.

INNOVATIVE OUTSOURCING OF THE CONSTRUCTION SPHERE BY THE EXAMPLE OF THE CITY OF SOCHI

The article analyzes the key points concerning the process of proliferation of innovative outsourcing. It substantiates the urgency of this phenomenon in the modern system of building and construction. The paper provides examples of the use of innovative outsourcing in the construction sector by the example of the city of Sochi.

Keywords: Outsourcing, innovation, building and construction, Sochi, the Olympic Games, construction sites.

Gloyan R.R., Kalinushkin V.S.

PRINCIPLES OF DEVELOPMENT OF THE COMPETITIVE STRATEGY OF THE MODERN ENTERPRISE

The article deals with the formation of competitive strategies in modern conditions. It considers the main criteria laid for the development of a competitive strategy, taking into account the increase in customer loyalty.

Keywords: Marketing, strategy, management, competition, loyalty.

Mustafina A.A., Pochekayev A.O.

TO THE QUESTION OF MANAGING INNOVATIVE RISKS

The article studies various aspects of the company's innovation activity. As the risks of economic entities, as a rule, are multifaceted and heterogeneous, this raises the need to study the possibility of applying various mechanisms of insurance protection. At the same time, the risks arising from the implementation of innovative projects can often not be transferred to insurers and they, most often, do not fall under insurance cover and assume the use of other methods, usually self-insurance or risk absorption.

Keywords: Types of innovation, research, risk, innovation risk, entrepreneurial risk, insurance protection.

STATE AND MUNICIPAL MANAGEMENT

Hubulava N.M.

THE IDEOLOGY OF THE XXI CENTURY RUSSIA

The problem is urgent. It gives grounds to the expediency of the ideology perspective development. Otherwise, incompetent people may occupy the authority bodies. They can take on their hands the future power of Russia. In this regard, a new ideology is proposed - the spiritual and moral education of youth, a citizen of Russia. In particular, it is necessary to develop targeted integrated programs, strategic planning guidelines, forecasting the long-term development of Russian society, as well as regions and federal districts

Keywords: Ideology, perspective, the rising generation, the constitution,

interethnic relations, target programs, business development programs, business activities and others. The program of the development of Russia not only for three years, but also for the period until 2050, the sphere of social interaction in politics, economics, spirituality, everyday life and others.

Zaikov V.P.

SOME OF THE RESULTS OF THE AUTHOR'S STUDY OF THE NOTION OF GOVERNANCE

For the correct formation and use of methods of evaluating the effectiveness in the sphere of activity of state bodies, according to the author, it is necessary to conduct a more detailed study of the source of the notion of «efficiency» and its specificity for this scope of control. The article suggests the efficacy to be viewed in three aspects: in relation to the assessment, management and governance solutions. There is expressed the author's position on management excellence from the «traditional» management and the need to develop methodologies for assessing personal civil servants, some of which can be attributed to its competence to public managers.

Keywords: effectiveness, efficiency, management, public authority, methodical evaluation, aspect, concept.

ОБ АВТОРАХ

Макс Ольга Николаевна - кандидат экономических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Кайгородова Гульнара Наилевна - кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет (г. Казань), e-mail: golsuorsil@mail.ru

Сеферян Маргарита Леоновна - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: rib_sic@mail.ru

Лященко Наталья Алексеевна - кандидат экономических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: 2syzyk@mail.ru

Раганян Маргарита Сергеевна - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Жменя Людмила Тихоновна - старший преподаватель, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Попандопуло Екатерина Дмитриевна - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Роганян Светлана Анатольевна - кандидат экономических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Сосницкая Елизавета Евгеньевна - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Бургун Никита Валерьевич - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Филонова Энза Александровна - старший преподаватель, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: yuchnovets@mail.ru

Бердышев Олег Константинович - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Карабанов Кирилл Владиславович - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Степанов Сергей Григорьевич - кандидат педагогических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Глоян Роман Размикевич - старший преподаватель, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Калинушкин Владислав Сергеевич - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Мустафина Альфия Анасовна - кандидат экономических наук, Казанский (Приволжский) федеральный университет (г. Казань), e-mail: alfy2506@mail.ru
Почекаев Александр Олегович - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: Pochekaev.A.O.@yandex.ru

Хубулава Ное Михайлович - доктор экономических наук, Московский инновационный университет (г. Москва), e-mail: nmhubulava@mail.ru

Зайков Владимир Полиевктович - доктор экономических наук, профессор, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: zaikovvp@yandex.ru

OUR AUTHORS

Maks Olga Nikolaevna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Kaygorodova Gulnara Nailevna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, Kazan (Privolzhskii) Federal University (Kazan), e-mail: golsuorsil@mail.ru

Seferyan Margarita Levonovna - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: rib_sic@mail.ru

Lyashenko Natalya Alekseevna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, International Innovative University (Sochi), e-mail: 2syzyk@mail.ru

Raganian Margarita Serzhevna - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Zhmenya Ludmila Tikhonovna - Senior lecturer, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Popandopulo Eekaterina Dmitriyevna - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Roganyan Svetlana Anatolievna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, International Innovative University, (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Sosnitskaya Eelizaveta Eevgenyevna - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Burgun Nikita Valeyevich - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Filonova Enza Aleksandrovna - Senior lecturer, International Innovative University, (Sochi), e-mail: yuchnovets@mail.ru

Berdyshev Oleg Konstantinovich - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Karabanov Kirill Vladislavovich - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Stepanov Sergey Grigorievich - Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Gloyan Roman Razmikovich - Senior lecturer, International Innovative University, (Sochi), e-mail: yuchnovets@mail.ru

Kalinushkin Vladislav Sergeevich - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Pochekayev Alexander Olegovich - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: Pochekaev.A.O.@yandex.ru

Hubulava Noe Mikhailovich - Doctor of Economical Sciences, Professor, Moscow Innovative University (Moscow), e-mail: nmhubulava@mail.ru

Zaikov Vladimir Polievtovich - Doctor of Economical Sciences, Professor International Innovative University (Sochi), e-mail: zaykovvp@yandex.ru

Условия публикации для авторов научно-практического журнала “Управление и экономика в XXI веке”

Для публикации оригинальной статьи авторы должны соблюдать следующие требования подачи материалов в редакцию:

1. Статья, информация об авторе (авторах), подписанный автором (авторами) лицензионный договор в двух экземплярах, копия квитанции об оплате должны быть представлены лично или присланы по почте заказным письмом на почтовый адрес редакции. Статья подписывается автором на каждой странице. В конце статьи подпись автора заверяется печатью отдела кадров. Статья предоставляется также в электронном виде по адресу: economika-i-upravlenie@mail.ru

2. Аннотация, отражающая основное содержание статьи должна быть изложена на русском и английском языках, содержать не более 200 слов (5-8 строк) и быть структурированной.

3. Ключевые слова должны быть на русском и английском языках (5-7 слов).

4. Статья представляется в виде файла, подготовленного в редакторе MS Word, размер шрифта - 11 п, гарнитура шрифта - Times New Roman, междустрочный интервал - одинарный.

5. Поля: левое - 3,2, правое - 3,2, нижнее - 4, верхнее - 4 см.

6. Объем статьи (включая библиографию) от 5 до 8 страниц машинописного текста. В объем статьи не включаются аннотация и ключевые слова.

7. Информация об авторе (авторах) на русском и английском языках должна быть представлена на отдельном листе (и в электронном варианте) в следующем виде: 1) фамилия, имя и отчество полностью; 2) ученая степень; 3) ученое звание; 4) должность; 5) место работы; 6) место учебы или соискательства; 7) для докторантов и аспирантов - название научной специальности;

8) домашний адрес; 9) контактные телефоны; 10) адрес электронной почты. Коллективная статья должна иметь подписи всех авторов.

8. Для аспирантов - справка о том, что автор статьи является аспирантом, заверенная печатью образовательного учреждения.

9. Рецензия доктора наук (для лиц без ученой степени и кандидатов наук) должна быть заверена личной подписью рецензента и печатью отдела кадров.

10. Ссылки на литературные или иные источники по тексту оформляются числами, заключенными в квадратные скобки (например, [1]). На все цитаты должны быть ссылки. Ссылки должны быть последовательно пронумерованы. Библиографические ссылки на неопубликованные работы не допускаются.

Автор статьи несет полную ответственность за точное воспроизведение цитирования, за точность данных, приведенных в списке литературы. Оформление ссылок регламентировано ГОСТ Р 7.0.5.-2008.

11. Библиографический список в алфавитном порядке, озаглавленный «Литература», приводится в конце статьи и входит в общий объем. Описание источников, включенных в список, выполняется в соответствии с существующими библиографическими правилами, Государственным стандартом (ГОСТ 7.1-2003) «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и практика составления». При оформлении списка литературы обязательно указываются следующие данные:

- для книг - фамилия и инициалы автора, полное название книги, место издания, издательство, год издания, том или выпуск и общее количество страниц;

- для статей в периодических изданиях - фамилия и инициалы автора, название статьи, полное название журнала (сборника), год издания (для сборника - также место издания и издательство, том, номер (выпуск), первая и последняя страницы статьи;

- для статей в неперидических изданиях (книгах) - фамилия и инициалы автора, название статьи, полное название книги (сборника), место издания, издательство, год издания, первая и последняя страницы статьи;

- для тезисов и текстов докладов на конференциях (семинарах, симпозиумах) - фамилия и инициалы автора, название доклада, полное название сборника тезисов или трудов конференции, дата и место проведения конференции, том, номер (выпуск), первая и последняя страницы тезисов или текста доклада;

- для препринтов - фамилия и инициалы автора, название работы, место (город), год издания, количество страниц (номер препринта/название научного учреждения или учебного заведения);

- для патентов и авторских свидетельств - вид патентного документа, его номер, название страны, выдавшей документ, индекс МКИ, название изобретения, автор(ы), дата подачи заявки, дата публикации и сведения об официальном издании, где опубликованы сведения о патентном документе, сведения о приоритете;

- для депонированных рукописей - фамилия и инициалы автора, полное название рукописи, наименование организации, год издания, общее количество страниц, место депонирования;

- для диссертаций - фамилия и инициалы автора, полное название, шифр специальности, дата защиты и утверждения, место защиты.

Примеры библиографических записей:

1. Гиндин, И.Ф. Требования дворянства и финансов-экономическая политика царского правительства в 1880-1890-х годах [Текст] / И.Ф. Гиндин, М.Я. Гефтер // Исторические заметки. - 1957. - № 4. - С. 34-64.

12. В тексте статьи все сокращения используются только после упоминания полного термина. Должны использоваться только стандартные сокращения (аббревиатуры). При использовании терминов следует, как правило, придерживаться соответствующей международной номенклатуры.

13. Оригиналы статей автору не возвращаются. Редакция оставляет за собой право отклонения статей, не соответствующих настоящим требованиям. В случае отклонения статьи автору направляется соответствующее уведомление.

Редакция просит обратить особое внимание на необходимость строгого следования приведенным образцам. Статью необходимо отправить по электронному адресу economika-i-upravlenie@mail.ru и по почте: 354000, г. Сочи, ул. Орджоникидзе, 10а. Научно-практический журнал “Управление и экономика в XXI веке”.

Основные тематические рубрики журнала

- Экономическая теория;
- Отраслевая и региональная экономика;
- Экономика предприятия;
- Математические методы в экономике;
- Информационные технологии в экономике;
- Бухгалтерский учет;
- Экономический анализ;
- Аудит;
- Налоги и налогообложение;
- Финансы и кредит;
- Развитие банковской сферы
- Менеджмент в образовании
- Проблемы современного маркетинга
- Мировая экономика и международные экономические отношения;
- История экономики;
- Менеджмент организации;
- Государственное и муниципальное управление;
- Организация научных исследований
- Особенности подготовки специалистов экономического профиля
- Управление персоналом;
- Научная жизнь.

Main topical rubrics of the journal

- Economics Theory;
- Sectoral and Regional Economics;
- Economics of Enterprise;
- Mathematical Methods in Economics;
- Information Technology in Economics;
- Accounting;
- Economic Analysis;
- Audit;
- Taxes and Taxation;
- Finance and Credit;
- Development of Bank Sphere;
- Management in Education
- Problems of Modern Marketing
- Global Economics and International Economic Relations;
- History of Economics;
- Corporate Management;
- State and Municipal Management;
- Organization of Scientific Researches
- Peculiarities of Preparation of Specialists in Economics
- Human Resource Management;
- Scientific Life.

УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА В XXI ВЕКЕ
научно-практический журнал

РЕДКОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА:

ЯКОВЛЕВА-ЧЕРНЫШЕВА А.Ю., доктор экономических наук (главный редактор);

ВАСИЛЬЧУК О.И., доктор экономических наук;

ВЕЛИЧКО Н.Ю., кандидат экономических наук (зам. глав. ред.);

ВЕРШИНИН В.П., доктор экономических наук;

КЛЕВЛИН А.И., доктор экономических наук;

ЛЯЩЕНКО Н.А. кандидат экономических наук (зам. глав. ред.);

НИКИТИН М.В., доктор экономических наук;

ТУМАНЯН Ю.Р., доктор экономических наук;

ХУБУЛАВА Н.М., доктор экономических наук;

ШУРЕМОВ Е.Л., доктор экономических наук;

ЯЗЫДЖАН А.З., доктор экономических наук.

EDITORIAL BOARD:

YAKOVLEVA-CHERNYSHEVA A.Y., Doctor of Economic Sciences,
(Editor-in-chief);

VASILCHUK O.I., Doctor of Economic Sciences;

VELICHKO N.Y., Candidate of Economic Sciences (Deputy Chief Editor);

VERSHININ V.P., Doctor of Economic Sciences;

KLEVLIN A.I., Doctor of Economic Sciences;

LYASCHENKO N.A., Candidate of Economic Sciences (Deputy Chief Editor);

NIKITIN M.V., Doctor of Economic Sciences;

TUMANYAN Y.R., Doctor of Economic Sciences;

HUBULAVA N.M., Doctor of Economic Sciences;

SHUREMOV E.L., Doctor of Economic Sciences;

YAZYDZHAN A.Z., Doctor of Economic Sciences.