

Издательский дом «Плутон»

Журнал об экономических науках «Бенефициар»

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431 УДК

378.001

XVII Международная научная конференция

«Современная экономика»

СБОРНИК СТАТЕЙ КОНФЕРЕНЦИИ

09 октября 2017

Кемерово

09 октября 2017 г.

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431

ISBN 978-5-9500488-3-8

Кемерово УДК 378.001. Сборник докладов студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава. По результатам XVII Международной научной конференции «Современная экономика», 09 октября 2017 г. www.beneficiar-idp.ru / Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Д.С. Лежнин - главный специалист центра кластерного развития ОАО «Кузбасский технопарк», ответственный за первичную модерацию, редактирование и рецензирование статей.

Л.Г. Шутько - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Л. Л. Самородова - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Е. Ю. Доценко - кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономии и истории экономической науки, Москва, Российский экономический университетим. Г. В. Плеханова, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Долбня Николай Владимирович - доктор экономических наук, профессор ВАК, профессор Кубанского социально-экономического института.

Джумабеков Кудайберген Уразбаевич - кандидат экономических наук, доцент кафедры "Технологии и экология" Школы права и социальных наук АО "Университет "НАРХОЗ";

Арутюнян Ирэна Вазгеновна - кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой экономики, управления и информационных технологий, Университет Месроп Маштоц

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, Брянский Государственный университет имени академика И.Г. Петровского (БГУ)

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];

В сборнике представлены материалы докладов по результатам научной конференции.

Цель – привлечение студентов к научной деятельности, формирование навыков выполнения научно-исследовательских работ, развитие инициативы в учебе и будущей деятельности в условиях рыночной экономики.

Для студентов, молодых ученых и преподавателей вузов.

Издательский дом «Плутон» www.idpluton.ru e-mail:admin@idpluton.ru

Подписано в печать 09.10.2017 г.

Формат 14,8×21 1/4. | Усл. печ. л. 2.2. | Тираж 500.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку).

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна

Оглавление

1. МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ УКРЕПЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ В УСЛОВИЯХ МАЛОГО ГОРОДА (г. АРСК).....	3
Хасанова А.Р.	
2. ПЛАТЕЖНЫЕ КАРТЫ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА.....	5
Мусабиров И.Р.	
3. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ КОМПАНИИ TOYO TIRES RUSSIA..	7
Дорош К.С.	
4. ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА.....	11
Ефремова В.В.	
5. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КАРТЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ ООО «БИЗНЕСТУР».....	14
Доценко О.С., Павлова В.И.	
6. ОПТИМИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ МИГРАЦИИ В РОССИИ.....	17
Евстегнеева А.Р.	
7. НАРОДНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СПОСОБ ТРУДОУСТРОЙСТВА СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ.....	20
Федотова Н.П.	
8. ХАРАКТЕРИСТИКА ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ – КАК САМОГО ГЛАВНОГО КУРОРТНОГО РЕГИОНА РОССИИ.....	24
Марчук В.Н.	

Статьи XVII Международной научной конференции «Современная экономика»

Хасанова Альбина Ринатовна
Khasanova Albina Rinatovna
Kazan National Research Technological University, 96M-0041 group
E-mail: aupava@mail.ru

УДК 334

МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ УКРЕПЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ В УСЛОВИЯХ МАЛОГО ГОРОДА (г. АРСК)

MUNICIPAL MANAGEMENT OF STRENGTHENING SOCIAL HEALTH IN A SMALL TOWN (ARSK CITY)

Аннотация: В статье автор раскрывает понятие «социальное здоровье» как социальное явление и социальный институт. Автор предлагает изучать социальное здоровье на уровне муниципального управления как наиболее приближенного к потребностям жителей муниципальных образований.

Abstract: In the article the author reveals the concept of “social health” as a social phenomenon and a social institution. The author suggests studying social health at the level of municipal administration as the most approximate to the needs of the inhabitants of municipalities.

Ключевые слова: социальное здоровье, муниципальное управление, здоровый образ жизни, профильная профилактика.

Keywords: social health, municipal management, healthy lifestyle, specialized prevention.

Понятие «социальное здоровье» нашло сегодня прочное место во многих международных документах, что справедливо, потому что здоровье человека (физическое, психическое и нравственное) зависит от многих факторов, медицинских в том числе. Это не только важнейшая проблема национальной безопасности и главная функция государства, но и обязанность местного сообщества, семьи, усилия которых пока в этой области ослаблены, а нагрузки в связи с кризисным состоянием общества возрастают [1,гл.8]. Представляется, что реализация концепции социального здоровья сверху, только от федерального центра, сегодня не может быть признана достаточной. Идеи и технологии, социальные и правовые нормы должны получить поддержку населения каждого местного сообщества, которое, используя свои властные полномочия и местные ресурсы, должно включиться в разработку собственных стратегий укрепления социального здоровья, что порождает иную мотивацию к развитию местного хозяйства, местной промышленности, социальной инфраструктуры.

Среди приоритетов в Арском муниципальном районе одним из важнейших является охрана здоровья населения. В целях эффективного функционирования системы здравоохранения осуществляется планомерное строительство лечебно-профилактических учреждений, укрепление их материально-технической базы, реализуются специализированные целевые программы, на высоком уровне ведется подготовка медицинских кадров. На практике осваиваются передовые методы

диагностики и лечения. Все это позволяет повышать качество предоставляемой населению медицинской помощи. [2]

Вместе с тем состояние здоровья населения зависит не только от мер, предпринимаемых органами здравоохранения. Определяющим фактором является образ жизни самого человека. По данным экспертов Всемирной организации здравоохранения здоровье каждого человека на 50% зависит от образа жизни. В связи с недостаточно ответственным отношением людей к собственному здоровью отмечается распространение отдельных неинфекционных и социально обусловленных заболеваний. Поэтому важнейшим условием укрепления здоровья населения является его приобщение к здоровому образу жизни. [2]

Здоровый образ жизни – модель поведения человека и главное условие восстановления и сохранения здоровья как инструмента достижения социально значимых ценностей: благополучия в семье, профессиональной компетенции, творческих успехов.

Для достижения вышеуказанной модели поведения необходимо:

- создание постоянно действующей информационно-пропагандистской системы повышения уровня знаний населения о негативном влиянии факторов риска на здоровье и возможностях его снижения, которая будет способствовать формированию мотивации у населения для введения здорового образа жизни;

- совершенствование организации профилактической помощи населению, внедрение более эффективных методов профилактики, пропаганда научно обоснованных методик укрепления здоровья, разработка современных информационно - методических материалов, а также проведение акций, диспутов, конкурсов и других массовых мероприятий, посвященных пропаганде здорового образа жизни.

В целях повышения продолжительности и качества жизни людей Арского муниципального района и реализации комплекса мер по формированию здорового образа жизни, а также популяризации физической культуры и спорта, снижению потребления алкогольной продукции, пива и табака, совершенствованию молодежной политики, улучшению экологии и состояния окружающей среды была разработана Муниципальная программа в области укрепления здоровья населения Арского муниципального района на 2011-2015 годы.

Также для снижения масштабов злоупотребления алкогольной продукцией среди населения Арского муниципального района и профилактики алкоголизма Исполнительным комитетом Арского муниципального района Республики Татарстан была разработана Муниципальная программа по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма в Арском муниципальном районе Республики Татарстан на 2017 – 2020 годы. Перечень основных этапов реализации данной программы включает в себя:

- 1.Создание благоприятных условий для реализации муниципальной программы.

- 2.Развитие нормативно-правовой базы предупреждения и профилактики алкоголизма и пьянства.

- 3.Обеспечение работы по формированию позитивного отношения населения к профилактике злоупотребления алкогольной продукцией.

- 4.Создание условий для эффективной реализации профильной профилактики населения.

- 5.Информационное обеспечение населения.

- 6.Организация деятельности структурных подразделений в плане профилактики злоупотребления алкогольной продукцией среди населения. [3]

Эти программы были разработаны с целью достижения определенных положительных результатов, а именно увеличения показателей удельного веса населения, систематически занимающегося физической культурой, спортом и туризмом на 30% от числа, занимающихся спортом; повышения уровня необходимых знаний у 90% несовершеннолетних в рамках профилактики социально значимых заболеваний, отвлечения части подростков от употребления алкоголя и других вредных веществ, оказания социально-педагогической помощи 100% учащихся группы риска с целью их адаптации и реабилитации и проводить лечение на ранних стадиях, а также уменьшить заболеваемость хроническим алкоголизмом на 5%.

При ведении здорового образа жизни меняется не только поведение человека, но и психология мышления. Люди начинают ценить и беречь природу. Здоровая нация живет в гармонии с миром, планетой.

Библиографический список:

1. Муниципальное управление: Учеб. пособие для вузов / А.Г. Гладышев, В.Н. Иванов, Е.С. Савченко и др.; Под общ. ред. В.Н. Иванова, В.И. Патрушева; Академия наук социальных технологий и местного самоуправления. - М.: Муниципальный мир, 2002. - 560 с. - (Энциклопедия управленческих знаний. Муниципальная наука).

2. Решение Арского районного Совета от 13 ноября 2010 г. №12 Об утверждении Муниципальной программы в области укрепления здоровья населения Арского муниципального района на 2011-2015 гг.

3. Муниципальная программа по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма в Арском муниципальном районе Республики Татарстан на 2017 – 2020 годы

Мусабинова Ильвина Рамзиловна

Musabirova Ivina Ramzilevna

Уфимский Государственный Авиационный Технический Университет
магистр, 2 курс

E-mail: ilvina.musabirowa@yandex.ru

УДК 336.74

ПЛАТЕЖНЫЕ КАРТЫ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

PAYMENT CARDS IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF THE STATE

Аннотация: Рассматривается вопрос использования безналичной формы оплаты, которая обеспечивает экономическую безопасность страны, создает для государства благоприятные условия для экономического роста, снижает издержки субъектов платежного оборота и увеличивает контроль за движением денежных средств.

Ключевые слова: экономическая безопасность, платежная система, банковские карты, безналичный расчет.

Abstract: The issue of using a non-cash form of payment that provides economic security of the country, creates favorable conditions for the state for economic growth, reduces the costs of payment transactions entities and increases control over the movement of cash.

Keywords: economic security, payment system, bank cards, non-cash payment.

Для надлежащего и безопасного функционирования всех систем экономики необходимо применять современную форму денег – безналичный расчет, который основывается на пластиковых картах и более продвинутых современных технологиях. Наличные деньги, на сегодняшний день, имеют ряд недостатков перед безналичной формой оплаты. Платежные пластиковые карты заменяют наличную денежную массу, уменьшают незаконные криминальные сделки, обеспечивают стабильность и целостность национальных денег, увеличивают бюджетные отчисления. К примеру, наличные деньги при их абсолютной ликвидности сложно контролировать и увеличивают трудоемкость при платежах.

Сегодня существует необходимость создавать эффективные технологии безналичного расчета, в связи с увеличением объемов платёжного оборота и обусловленным ростом издержек обращения. Масштабы существующего межбанковского платежного оборота неминуемо привели бы к коллапсу платежной системы, если бы сохранились прежние традиционные «бумажные» технологии перевода

денежных средств. Благодаря технологическому прорыву, начавшемуся в 1990-ых годах, появилась возможность создания электронных денег и, соответственно, безналичных расчетов. Очевидны преимущества технологии электронных денег – повышение качества обслуживания клиентов, снижение времени на обработку платежа и экономия издержек денежного обращения [1].

В начальных этапах развития платежные банковские карты были востребованы у кредитных организаций, но сегодня невозможно представить современный мир без пластиковых карт. В истории экономики много примеров, когда происходили кардинальные изменения в денежном обращении. Например, появление монет, банкнот, чеков и т.п.

Подытожив, можно сделать вывод о том, что внедрение безналичных расчетов позволяет обеспечить экономическую безопасность страны, создать для государства благоприятные условия для экономического роста, снизить издержки субъектов платежного оборота и увеличить контроль за движением денежных средств. Опыт европейских стран показывает, что внедрение пластиковых карт позволяет снизить налично-денежную массу примерно на 95%, упрощает расчеты с населением, а торговый оборот становится прозрачным (система контроля и учета электронных платежей позволяет отследить любую операцию) [2].

Наиболее распространенные в Российской Федерации карты платежной системы VISA – 49% всех платежных карт, MasterCard – 35%. В 2016 году была запущена национальная платежная система «МИР». В России формирование системы платежных карт во многом было интересом банков-эмитентов и международных карточных ассоциаций, которые учитывали свои коммерческие интересы и диктовали правила функционирования на рынках других стран.

Подобное положение дел повлекло за собой негативные тенденции. Одна из наиболее острых проблем – отток банковского капитала за границу, так как с каждого осуществленного платежа картой Visa, MasterCard, JCB, American Express и прочих платежные системы взимают комиссию. Есть и масса других негативных последствий, к примеру – возможность одностороннего влияния на обращение пластиковых карт в России (со стороны платежных систем) или навязывание дополнительных продуктов, которые увеличивают стоимость использования банковской картой.

В связи с вышеприведенными проблемами необходима программа по развитию национальной платежной системы, так как на сегодняшний день национальной платежной системой пользуются только бюджетники. Увеличение числа карт с платежной системой «МИР» позволит снизить отток капитала за границу, осуществлять контроль и учет, развить внутренний потенциал и защищать национальные интересы граждан нашей страны.

Библиографический список:

1. Афолина С.В. «Электронные деньги», СПб.: Питер, 2001, с. 44-45.
2. Кочергина Т. Е. «Экономическая безопасность», Ростов-на-Дону: Феникс, 2007, с.123-

125.

Дорош Кирилл Сергеевич

Dorosh Kirill Sergeevich

курсант 5 курса судомеханического факультета

ФГБОУ ВО КГТУ БГАРФ

E-mail: kirdorosh@gmail.com

УДК 339.13

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ КОМПАНИИ TOYO TIRES RUSSIA

CREATING MARKETING STRATEGY FOR COMPANY TOYO TIRES RUSSIA

Аннотация. Данная статья посвящена разработке комплексной стратегии digital-маркетинга на локальном уровне. Показано, как таргетирование целевой аудитории позволяет открыть новые рынки и мягко войти в них. В работе представлено два стратегических этапа, реализованных автором. Автор приводит статистику, показывающую результат его работы.

Annotation. This article is dedicated to creating local digital-marketing strategy. It's shown, how targeting the audience helps to join new markets for companies. Author shows two steps and it's analytics, which helped to gain the result.

Ключевые слова: маркетинг, стратегия, swot-анализ, SMM

Keywords: marketing, strategy, social media marketing, swot

Сегодня многие большие компании приходят к тому, что интернет-маркетинг становится неотъемлемой частью работ для привлечения и удержания клиентов. Новое платежеспособное поколение было выращено в интернете и остается там. Одной из таких компаний стала компания Toyo Tires Russia. Компания решила сделать серию спецпроектов для привлечения новой молодой аудитории из социальных сетей и повысить узнаваемость своего бренда.

Целью своей работы является разработка маркетинговой digital-компании для Toyo Tires Russia.

Актуальность данной темы можно проследить по тенденциям современного маркетинга. Все большие бренды уже несколько лет встречаются нас в сети со своими спецпроектами и рекламой. Как следствие этого, через пару лет можно прогнозировать, что канал онлайн и диджитал-маркетинга превысит по охвату целевой аудитории и бюджету рекламу в телеэфире и оффлайн-акции.

Тема диджитал-маркетинга обладает довольно узкой специализацией, и многие специалисты маркетинга начали проводить исследования в данной области. Одним из наиболее фундаментальных трудов принято считать книгу "Маркетинг в социальных сетях" Дамира Халилова. Автор показывает в ней базовую основу работы в социальных сетях, параллельно проводя SWOT-анализ по таргетированию контента в самых популярных интернет-каналах в СНГ. Кроме того, стоит выделить труды профессора Гарвардской школы бизнес Анита Элбрес. В своей книге "Стратегия блокбастера" она детально расписала создание развлекательных спецпроектов для ведущих компаний США.

Компания Toyo Tires является одним из ведущих мировых производителей автомобильных шин. Штаб-квартира расположена в Японии, городе Оскана, но локальным маркетингом занимаются отдельные офисы, расположенные в каждой стране. Toyo Tires Russia является российской дочерней компанией Toyo Tires Russia, она начала воплощать свою маркетинговую в конце 2012 года. До конца 2014 года все маркетинговые активности проводились по стандартным международным рекомендациям головного офиса. Целевой аудиторией были выбраны мужчины, автолюбители, в возрасте от 30 до 55 лет, с достатком выше среднего, которые трепетно относятся к состоянию своей автотранспорта и постоянно ухаживают за ним. На момент начала вывода продукта на российский рынок, ведущие позиции в отрасли были распределены между компаниями GoodYear и Continental, вследствие чего продажи не достигали требуемых объемов. Компанией был проведен опрос, показавший низкую узнаваемость бренда: только 7 человек из 100 знали о компании, и только 2 из 100 пользовались продуктами Toyo Tires.

Для Toyo Tires была представлена новая стратегия, переопределяющая целевую аудиторию, теперь это были молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет, увлекающиеся гоночными автомобилями и стрит-рейсингом, положительно относящиеся к спорту. Предпосылками для этого стали такие аргументы как:

- Главные конкуренты не осуществляли маркетинговых активностей для данной возрастной аудитории

- Ни один из конкурентов не занимался созданием вирального контента

Toyo Tires Russia, утвердив предложенную им стратегию, поставили следующие задачи:

- Узнаваемость бренда среди новой выбранной целевой аудитории должна повысится до 40 процентов к 2017 году

- Виральный контент не должен вызывать негативных эмоций

- В проекте должен быть непосредственно задействован ФК "Зенит" (Toyo Tires Russia является их генеральным партнером)

Принимая во внимания все вышеописанные требования, была составлена детальная digital-стратегия:

1. Продвижение и раскрутка Instagram-аккаунта компании

2. Создание игрового спецпроекта с ФК "Зенит"

Рассмотрим более детально каждый пункт.

1. Раскрутка Instagram-аккаунта компании

До начала реализации стратегии компания не рассматривала социальную сеть Instagram как канал продвижения бренда и не имела своего аккаунта. Аккаунт был создан в феврале 2015 года и первых подписчиков привлекал путем публикации WOW-контента с хэштегами и пользователямиб пришедшими из "Вконтакте". С июня 2015 года мы начали размещать таргетированную рекламу для пользователей. Основной охват формировался по параметрам страны, пола, хэштегам.

Вторичный охват и сегментацию потенциальных клиентов делали по геотегам и тегам автомобильных мероприятий в каждом регионе.

К декабрю 2015 года аккаунт имеет 3300 подписчиков и 320 собственных публикаций. Стоит отметить, что стратегия "массфолофинга", заключающаяся постоянных подписках на потенциальных клиентов, не использовалась.

Благодаря выработанной стратегии, за 3 года удалось набрать 16 тысяч подписчиков.

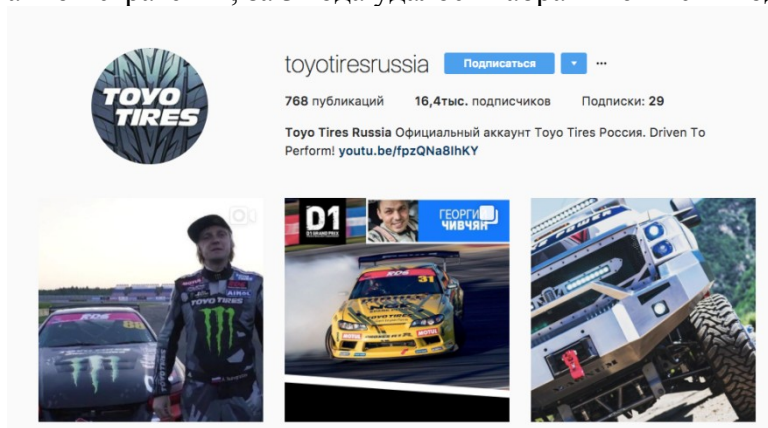


Рисунок 1. Instagram аккаунт компании по состоянию на август 2017 года

2. Создание игрового спецпроекта с ФК "Зенит"

Игровой проект должен был стать основой WOW-эффекта за счет привлечения к нему популярных футболистов и качества контента. Спецпроект начинается с видео на Youtube, в котором показывается футболист "Зенита", тренирующийся на футбольном стадионе. Внезапно он срывается с места и бежит к спортивной машине. Он выписывает фигуры дрифт-арта, "валит боком" и завораживает пользователей своим мастерством управления автомобилем. Стоит отметить качество съемки, в которой применялось только профессиональное оборудование. Для съемок вида сверху использовался квадрокоптер Dji Phantom 2 со штатной стабилизацией и камерой GoPro Hero 3+

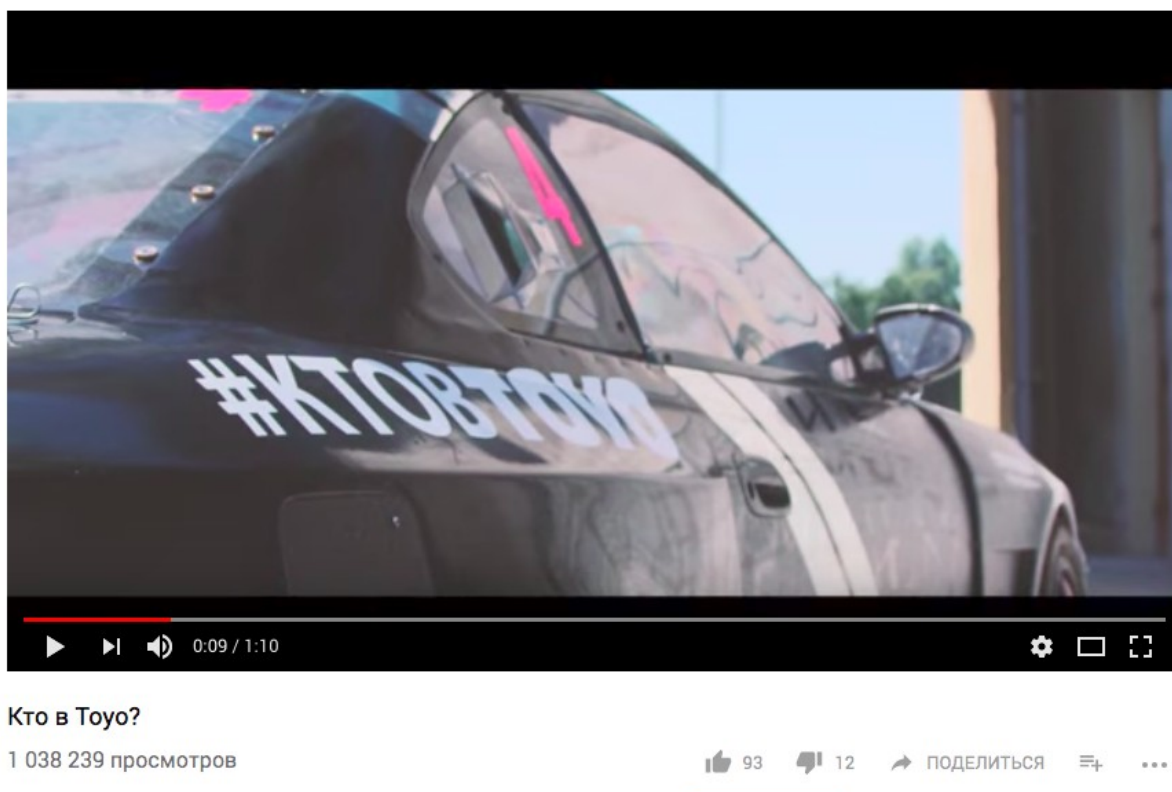


Рисунок 2. Промо-видео игрового проекта «КТОВТОУО?»

В конце видео появляется окно "КТОВТОУО?". Кликнув по ссылке, пользователь переходит на сайт игры.

Название игры выбрано не случайно, оно отражает любовь аудитории к футболу, фраза из детства "Кто в футбол?" приобретает новое значение и заставляет запомнить название компании.

Сама игра состоит из четырёх этапов:

- Чеканка мяча
- Пробитие пенальти
- Тест на знание футболистов ФК "Зенит"
- Тест на знание шин Toyo Tires

Игра имеет как веб-версию, так и мобильную. Вся игровая механика заключается в правильном нажатии клавиш. После каждого конкурса появляется видео со звездами "Зенита", которые или подбадривают пользователя, или стыдят, в зависимости от очков, набранных в конкурсе.

По окончании игры пользователю показывается результат, который заносится в общую турнирную таблицу и предлагается поделиться результатами игры в социальных сетях. Самый лучший игрок по итогам недели получает подарки от компании.

Помимо этого, в игре присутствует раздел "Шины" в котором можно посмотреть дилеров в каждом городе и адреса их нахождения.



Рисунок 3. Экран загрузки игрового проекта «КТОВТОУО?»



Рисунок 4. Главный экран игрового проекта «КТОВТОУО?»

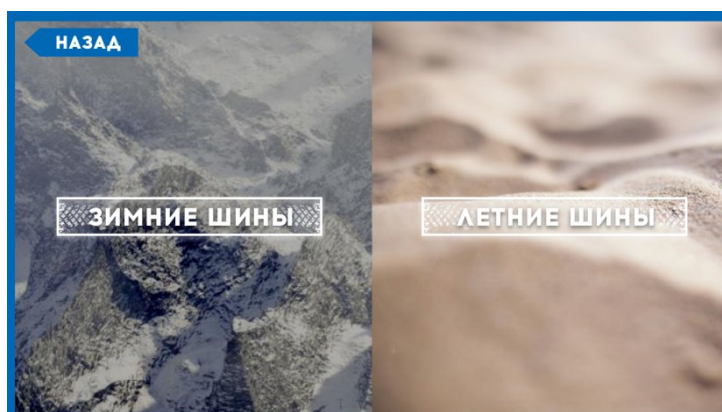


Рисунок 5. Экран меню магазина шин игрового проекта «КТОВТОУО?»

Вышеописанные методы позволили достигнуть вирального, который требовался компании. Ежедневно игру посещает до 5000 пользователей, которые соревнуются друг с другом и обретают лояльность к компании Toyo Tires. Toyo Tires Russia высоко оценила проделанную работу и придерживается предоставленной им концепцией.

Проведенный в марте 2017 года опрос показал, что 47 из 100 опрошенных респондентов знают бренд Toyo Tires, 36 процентов из них пользуются продукцией компании.

Библиографический список:

1. Халилов Д.: Маркетинг в социальных сетях - Манн, Иванов и Фербер, Москва, 2013.
2. Элберс А.: Стратегия блокбастера. Уроки маркетинга от лидеров индустрии развлечений - Манн, Иванов и Фербер, Москва, 2015.
3. Алексеева И., Гуляева Т.: PR высокого полета. Как сделать из топ-менеджера звезду - - Манн, Иванов и Фербер, Москва, 2008.

Ефремова Виктория Владимировна
Efremova Viktoria Vladimirovna
студентка магистратуры
Курский государственный университет
E-mail: vicocoo@yandex.ru

УДК 336.221

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА

THE WAYS OF OPTIMIZATION TAX REVENUES

Аннотация: в данной статье рассмотрена проблема оптимизации налоговых платежей в бюджет, а также потенциал некоторых налогов, участвующих в формировании налоговых доходов. Успешная реализации плана по наращиванию доходной массы бюджета напрямую зависит от деятельности налоговой службы, в связи с этим рассмотрены проблемы налогового администрирования.

Annotation: this article examines the problem of optimization of tax payments to the budget, as well as the potential of some taxes involved in the formation of tax revenues, is considered. Successful implementation of the plan to increase the revenue of the budget directly depends on the activities of the tax service, in this regard, considered the problems of tax administration.

Ключевые слова: налог, налоговые доходы, бюджет.

Keywords: tax, tax revenues, budget.

На сегодняшний день львиную долю в доходах бюджета занимают налоговые доходы. Согласно данным Администрации Курской области в структуре доходов бюджета за 2014-2016 гг. на долю налоговых доходов приходится 67,6%, 68,3 % и 69,2 % соответственно[1].

Таблица 1 – Доходы бюджета Курской области за 2014-2016 гг.

млн.руб.

Наименование	2014 год	Доля в общем объеме доходов, %	2015 год	Доля в общем объеме доходов, %	2016 год	Доля в общем объеме доходов, %
Доходы всего в том числе:	38 594,8	100,0	42 846,5	100,0	42 401,2	100,0
Налоговые доходы	26 090,4	67,6	29 252,9	68,3	29 351,7	69,2
Неналоговые доходы	811,4	2,1	776,9	1,8	758,0	1,8
Безвозмездные поступления	11 693,0	30,3	12 816,7	29,9	12 291,5	29,0

Проанализируем потенциал некоторых налогов, в наибольшей степени влияющих на собственную доходную базу региональных и местных бюджетов, к которым относятся, в первую очередь, региональные и местные налоги, а также отчисления от федеральных налогов и сборов, распределенных к зачислению в бюджеты субъектов Российской Федерации.

Налог на прибыль в настоящее время является существенным источником дохода региональных бюджетов. Однако поступления от налога распределены неравномерно, так как это сильно зависит от экономической ситуации в стране и на предприятиях. Довольно высокая зависимость региональных бюджетов от платежей по налогу на прибыль приводит к обострению борьбы между региональными властями за крупнейших налогоплательщиков. В этой борьбе основной упор делается не столько на улучшение инвестиционного климата с целью привлечь налогоплательщика на свою территорию, сколько на использование в виде приманки административного ресурса и бюджетных субсидий для конкретных компаний. Также, необходимо отметить, что поступления в бюджет от этого налога на сегодняшний день нестабильны. Одной из причин является кризис российских предприятий в связи с применением санкций против РФ. Сегодня для многих организаций нулевая прибыль – достаточно хороший результат. Другая проблема недополучения дохода от налога на прибыль - уклонение от налогообложения с помощью использования различных схем. Даже крупные и успешно функционирующие предприятия стараются любыми путями занизить свою прибыль в целях снижения сумм выплат в бюджет.

Единый сельскохозяйственный налог и единый налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения, в соответствии с Налоговым кодексом РФ уплачиваются по местоположению организации (месту жительства индивидуального предпринимателя). На сегодняшний день оба эти налога не являются стабильным источником доходов бюджета, так как не многие регионы могут похвастаться благоприятным инвестиционным климатом для развития агропромышленного бизнеса на их территории.

Одним из основных достоинств налога на доходы физических лиц является его достаточно равномерное распределение между местными бюджетами внутри субъектов РФ. Следует отметить, что НДФЛ наряду с налогом на прибыль, является существенным источником доходов местных бюджетов. В настоящее время данный налог уплачивается организациями по месту их регистрации, что приводит к экспорту налоговых доходов, если налогоплательщик проживает в одном

муниципальном образовании и там же получает бюджетные услуги, а на работу ездит в другое муниципальное образование. С нашей точки зрения, необходимо изменить систему взимания налога путем перехода на его зачисление по месту жительства налогоплательщика. Подобные изменения сделают распределение НДФЛ более равномерным и позволят органам местного самоуправления иметь в своем распоряжении более существенный источник доходов, а также органы власти на местном уровне будут заботиться о создании комфортных условий для проживания населения[2]. Также остается актуальной проблема «серой» заработной платы, в связи с чем бюджеты недополучают значительное количество денежных средств. Чиновникам и государственным служащим следует проводить агитации и напоминать гражданам, что соглашаясь на нелегальные схемы, они становятся соучастниками правонарушения, а сотрудникам налоговой службы надо ужесточить мониторинг справок 2-НДФЛ, а также расчетов 6-НДФЛ, представляемых налоговыми агентами. Давно обсуждается вопрос о введении прогрессивной ставки НДФЛ. Предполагается, что дифференцированная шкала позволит более справедливо перераспределить налоговую нагрузку на граждан. В частности, снижение ставки налога для людей с невысокими доходами должно компенсироваться за счет более высокой ставки для состоятельных граждан.

На сегодняшний день претерпел изменения и налог на имущество. Был пересмотрен его расчет, который ведется исходя из более высокой кадастровой стоимости, также изменены налоговые ставки. Однако процесс реформирования усложняют объекты недвижимости, которые просто выпадают из-под налогообложения – они зарегистрированы, состоят на кадастровом учете, однако их стоимость не определена, следовательно, по ним нельзя определить налоговую базу, необходимую для исчисления налога. Также на сегодняшний день необходимо ужесточить мониторинг за лицами, уклоняющимися от регистрации имущественных прав на объекты недвижимости.

Успешная реализации плана по наращиванию доходной массы бюджета напрямую зависит от деятельности налоговой службы, поэтому следует ужесточить контроль за налоговыми поступлениями с ее стороны. Непосредственно налоговым органам необходимо усилить контроль в части выявления физических и юридических лиц, которые уклоняются от уплаты налогов, либо укрывают реальные размеры доходов, используя мошеннические схемы. Также нам кажется оптимальным вести распределение доли налогов между регионами в зависимости от объемов ВРП, что, на наш взгляд, будет стимулировать регионы увеличивать их инвестиционную привлекательность. Еще одним компонентом является обеспечение правовых гарантий безусловного выполнения финансовых обязательств участниками межбюджетных отношений.

Реализация вышеуказанных положений позволит обеспечить большую самостоятельность, что даст органам местного самоуправления стимул для экономического развития и возможности финансовой поддержки различных отраслей экономики.

Библиографический список

1. Официальный сайт Администрации Курской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adm.rkursk.ru/>
2. Богачев А.И. Перспективы развития доходной базы бюджетов регионального и муниципального уровней. // Управление общественными и экономическими системами 2015. - № 2. – С.51.
3. Прокопенко Р. А. Понятие и роль налогового потенциала в экономическом развитии региона // Современные наукоемкие технологии. — 2012. — № 12. – С.22.

Доценко Оксана Станиславовна
Dotsenko Oksana Stanislavovna

к.э.н., доцент, кафедра бухгалтерский учет, анализ и аудит, Севастопольского
государственного университета, Республика
Крым, г. Севастополь

Павлова Виталия Игоревна
Pavlova Vitaliy Igorevna

студентка, кафедра бухгалтерский учет, анализ и аудит, Севастопольского государственного
университета, Республика
Крым, г. Севастополь
E-mail: amatory-25@mail.ru

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КАРТЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ ООО «БИЗНЕСТУР»

DEVELOPMENT OF STRATEGIC CARD OF TOURISM COMPANY LLC «BIZNESTUR»

Аннотация: Определено понятие «стратегическая карта», раскрыты ее функции и необходимость внедрения на предприятие. Предложена разработка стратегической карты для туристической компании ООО «Бизнестур».

Abstract: The concept of a "strategic map" is defined, its functions and necessity of introduction on the enterprise are revealed. The development of a strategic map for the travel company "Biznesstur" LLC is proposed.

Ключевые слова: туристический рынок, стратегические цели, стратегическая карта, причинно-следственные связи, внутренние бизнес-процессы.

Keywords: tourist market, strategic goals, strategic map, cause and effect relations, internal business processes.

Актуальность темы: Ускоренное развитие туристического рынка привело к необходимости внедрять наиболее прогрессивные методы управления. Постоянно растущий спрос на услуги туристических компаний и быстрые изменения в технологиях оказания услуг требуют применения эффективных инструментов стратегического планирования. В этом случае главное – не сформировать стратегию развития, а обеспечить механизм ее выполнения и анализа эффективности проводимых мероприятий.

В настоящее время одним из главных инструментов реализации и достижения стратегических целей в области устойчивого развития хозяйствующих субъектов является стратегическая целевая карта, которая позволяет изобразить организационную стратегию в виде определенной иерархии, которая определяет стратегические цели и эффективные действия, необходимые для их достижения. Это и обуславливает актуальность рассмотрения и построения стратегической карты для туристической компании.

Теоретические и методологические основы понятия стратегической карты были рассмотрены такими учеными, как: С. Каплан Роберт, П. Нортон Дейвид, Н.Ю. Макарова, А.Л. Шестаков и др. Мы считаем, что в основном - это одинаковые подходы ученых-экономистов к определению сущности и методики разработки стратегической карты. Однако стратегические карты, введенные в научный оборот Р. Нортон и Д. Капланом, которые в своем методе сосредоточили внимания на таких сторонах деятельности предприятия, как финансах, клиентах, бизнес-процессах и обучению персонала, по нашему мнению наиболее важны и в настоящий момент, и в перспективе. Проанализовав методику Р. Нортон и Д. Каплана, можно выделить ее достоинство, которое заключается в наглядности: собранная информация содержится на одной странице, что делает возможным относительно простую стратегическую связь. К не недостаткам метода можно отнести сложность в методологи определения показателей интеллектуального капитала. Ожидаемый результат от данной методики может отражать удовлетворенных акционеров, довольных клиентов, эффективные и результативные процессы, а так же мотивированный и подготовленный персонал. Поэтому методику построения стратегической карты С. Каплан Роберта и П. Нортон Дейвида в данной статье мы берем за основу для разработки карты на ООО «Бизнестур».

Стратегическая карта, с одной стороны, отражает причинно-следственные связи между целевыми результатами клиентской и финансовой составляющих и наилучшими результатами, полученными в ключевых внутренних процессах (производственном менеджменте, управлении клиентами, инновациях) и законодательных и социальных процессах – с другой. Кроме того, стратегическая карта определяет специфические возможности нематериальных активов организации — человеческого, информационного и организационного капитала, которые так необходимы для решения задач внутренней составляющей [1, 86].

Таким образом, главная функция карты - причинно-следственное отображение целей в процессе внедрения стратегии.

В данной статье разработка стратегической карты осуществляется на материалах Общества с ограниченной ответственностью «Бизнестур». Главной целью Общества, как указано в уставе, является рост прибыли, который можно достигнуть двумя основными способами: увеличением количества клиентов и сокращением издержек.

Для того чтобы оставаться конкурентно способным на рынке, оказываемых Обществом услуг, необходимо осуществлять всесторонний анализ конкурентов и разрабатывать сбалансированную ценовую политику. Как выяснилось, для Общества на сегодняшний день – этот вопрос является наиболее актуальным и требующим всесторонней проработки. Здесь важным является создание для клиента ценность услуги, т.е. предоставлять условий гораздо лучше, чем у конкурентов. Добиться всего этого помогут цели и задачи, входящие в состав стратегических процессов в Обществе. А это в свою очередь требует наличие в ООО «Бизнестур» высококвалифицированного персонала.

При разработке стратегической карты ООО «Бизнестур» определяются стратегические цели по следующим составляющим: финансовая, клиентская, внутренние бизнес - процессы, обучение персонала и развитие организации.у

Стратегическая карта ООО «Бизнестур» представлена на схеме (рисунок 1) в виде взаимосвязей между стратегическими целями.

Основными показателями выполнения финансовой составляющей стратегии будет показатель прибыли, количество постоянных и привлеченных клиентов, а также доля накладных расходов в структуре расходов.

Стратегия роста доходов требует специфического потребительского предложения. При формулировании клиентской составляющей стратегической карты определены основные направления работы с клиентами, и показатели результатов этой работы [2, 150].

Клиентская составляющая включает общие критерии успешной деятельности как следствие правильно сформулированной и реализованной стратегии: удовлетворенность клиентов, сохранение клиентской базы, расширение клиентской базы.

Для осуществления всех вышеперечисленных целей необходимы сотрудники с высоким уровнем профессионализма, творчества, заинтересованные в выполнении своих обязанностей.

Цели клиентской составляющей описывают стратегию, а цели финансовой составляющей — экономические итоги успешной стратегии. Задачи двух других составляющих — внутренних бизнес процессов и обучения — формулируют, какими способами следует реализовывать избранную стратегию.

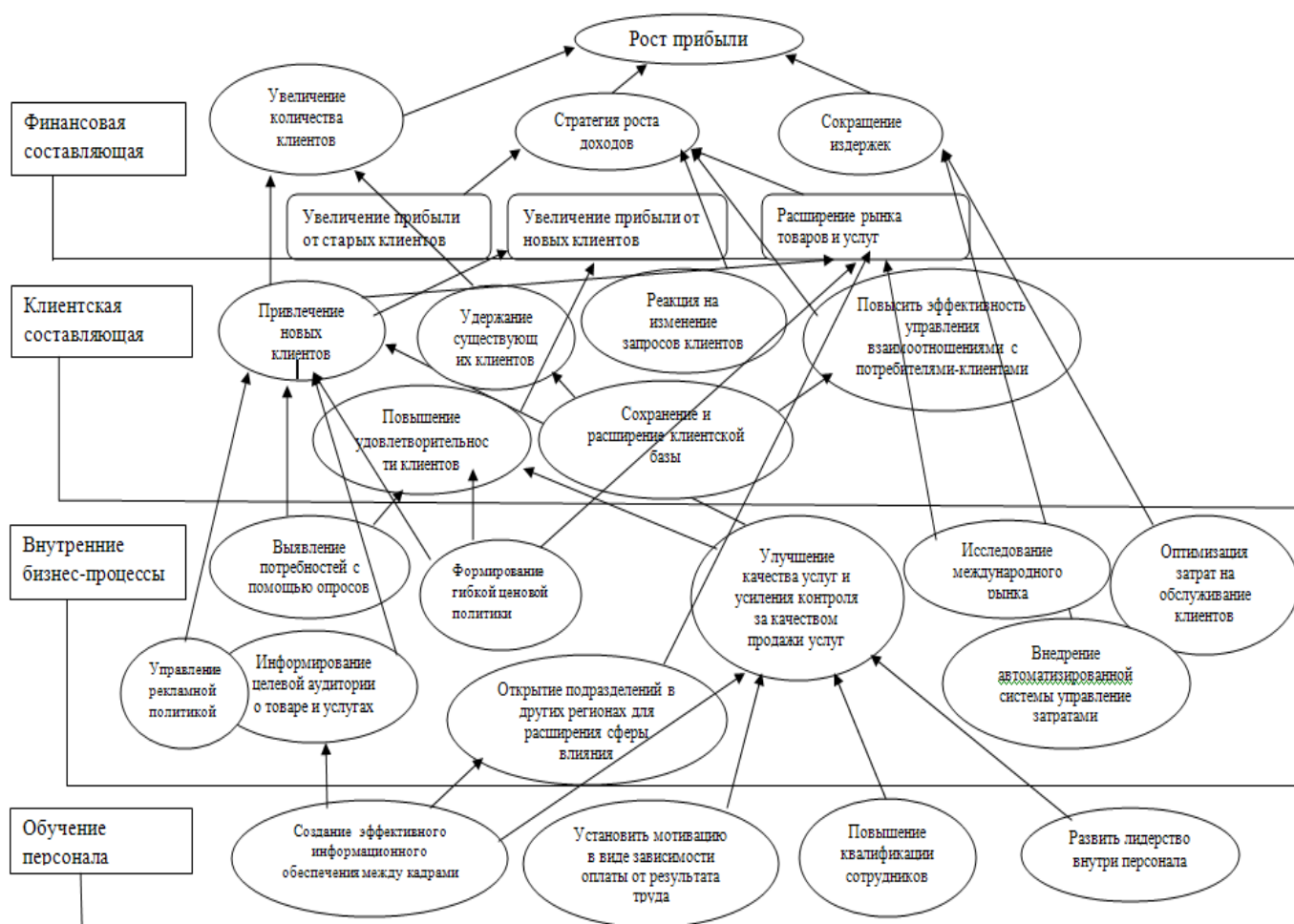


Рисунок 1 - Стратегическая карта ООО «Бизнестур»

Организация управляет внутренними процессами и развитием своего человеческого, информационного и организационного капиталов с целью предоставить дифференцированное потребительское предложение, отражающее данную стратегию. Отличные результаты этих двух составляющих и являются движущей силой стратегии.

Внутренняя составляющая отвечает за два жизненно важных компонента стратегии:

- разработка и предоставление клиенту предложения ценности;
- усовершенствование процессов и сокращение издержек как средства повышения производительности в финансовой составляющей.

Четвертая составляющая стратегической карты ССП — составляющая обучения и развития — описывает организационные нематериальные активы и их стратегическую роль.

Все организации стремятся развивать свой персонал, технологии, культуру, однако большинство не приводит в стратегическое соответствие свои нематериальные активы. Ключом к созданию такого соответствия служит детализация, то есть оперирование не общими формулировками, например, «развивать наш персонал» или «сохранять наши основные ценности», а концентрация внимания на конкретных специфических факторах, необходимых для важнейших внутренних стратегических процессов. Стратегическая карта сбалансированной системы показателей позволяет руководителям особым образом выделить те специальные человеческие, информационные и организационные ресурсы, которые необходимы для реализации стратегии [1, 92].

Таким образом, внедрение стратегической карты, с одной стороны, имеет возможность обозначить слабые зоны в развитии организации, с другой – определить направления для корректирующих воздействий.

Библиографический список:

1. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2015. - 512 с.
2. Лапыгин Ю. Н. Стратегический менеджмент / Ю. Н. Лапыгин. – М. : Инфра-М, 2014. – 208 с.

Евстегнеева Анастасия Радоевна

Evstegneeva Anastasia Radoevna

Студентка

Российский Государственный Социальный Университет

E-mail: Langovich93@mail.ru

УДК 33

ОПТИМИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ МИГРАЦИИ В РОССИИ

OPTIMIZATION OF THE INTELLECTUAL MIGRATION IN RUSSIA

Аннотация: в статье изучен основной понятийный аппарат процесса миграции, рассмотрены основные причины миграции интеллектуальной элиты, выявлены основные ключевые проблемы, связанные с интеллектуальными ресурсами. Также в статье проанализирована практика оптимизации интеллектуальной миграции в России, изучен зарубежный опыт поддержки возвращающихся специалистов. В результате выявлены возможные пути оптимизации интеллектуальной миграции в России.

Summary: in the article was studied the basic conceptual apparatus of the migration process, the basic causes of the intellectual elite migration, identified the main key issues related to intellectual resources. In the article also was analyzes the practice of optimization of intellectual migration in Russia, studied international experience support returning professionals. As a result, we identify possible ways to optimize the intellectual migration in Russia.

Ключевые слова: интеллектуальная миграция, экономика, поддержка, привлечение, трудовые ресурсы, интеллектуальная элита, мотивация миграции, оптимизация процессов интеллектуальной миграции.

Key words: intellectual migration, economy, support, involvement, manpower, brainpower, motivation of migration, streamlining the process of intellectual migration.

Оптимизация интеллектуальной миграции в России

Актуальность темы исследования заключается в том, что интеллектуальный потенциал страны был и остается одним из стратегически важных ресурсов благосостояния государств. В условиях, когда существует серьезная потребность в России в отказе от сырьевой модели развития и переходе к инновационной экономике, ситуация связанная с интеллектуальной миграцией существенно обостряется.

Крутова О.С., Морозова Т.В. просто и точно определили понятие интеллектуальной миграции как «процесс, в ходе которого мигрируют ученые, специалисты, высококвалифицированные рабочие по экономическим, политическим, религиозным и др. соображениям»⁰.

Процесс миграция интеллектуальных трудовых ресурсов способствует разрушению традиции по сохранению и передаче накопленных знаний новым поколениям страны - донора, в результате чего происходит замедление в развитии общества и его деградации⁰.

⁰ Крутова О.С., Морозова Т.В. Интеллектуальная миграция как ответ на процессы глобализации // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. – 2011. – № 1. – С. 81

Активная миграционная политика развитых стран способствует привлечению интеллектуальных элит стран - доноров, предлагая благоприятные условия для развития науки и передовых технологий, что способствует научно-техническому прогрессу страны – реципиента.

Оптимизация процессов интеллектуальной миграции (ИМ) в России невозможна без анализа текущей ситуации и учета глобальных процессов.

ИМ получила наибольшее распространение с 1980-х годов по всему миру, в России данный процесс обострился в сложные 90-е годы прошлого столетия.

Основной причиной в решении уехать из России в то время являлось крушение экономики, кризис общества и культуры, что закономерно отразилось на развитии науки в стране. Высококвалифицированные специалисты столкнулись с невозможностью реализовать себя в качестве ученых, и были вынуждены искать способы выживать для себя и своих семей.

То есть основной мотивацией миграции из России интеллектуальной элиты было стремление к удовлетворению *потребностей в благоприятном комплексе жизненных условий*, в расширении и укреплении индивидуальной экономической безопасности, к обеспечению реализации профессиональных интересов.

В современных условиях интеллектуальная миграция приобрела оттенок «циркулярной», которая заключается том, что отъезд в другую страну не является окончательным, предполагается последующий возврат на родину. В связи с этим возникли споры о «полезности» циркулярной интеллектуальной миграции, обосновывая это тем, что страна - донор ученых не теряет «мозги», а получает их обратно, с дополнительным опытом и квалификацией.

Как и в девяностые годы США продолжают оставаться центром притяжения для профессионалов, но помимо этого происходит активное развитие научных кластеров в Индии и Китае.

Одной из ключевых проблем, связанных с ИМ в России, является неизвестность ее точного размера. Следовательно, основной управленческой задачей в сфере управления ИМ следует назвать совершенствование механизмов учета Росстата достоверных данных о структуре уехавших из страны квалифицированных кадров и числа вернувшихся обратно.

Особое беспокойство в структуре интеллектуальных мигрантов вызывают молодые кадры, для которых работа в России бывает непрестижна. Причиной сложившегося мнения явился слом общественного сознания в результате массового уничижения достоинств отечественной науки пропагандой СМИ, которая началась в сложные девяностые годы 20 века.

Следовательно, в настоящий момент необходимо поднимать не только престиж российской науки, но и развивать патриотизм подрастающего поколения.

Сложившаяся ситуация указывает, что утечка интеллектуальной элиты замедлилась, на что повлияла практика модернизации российской экономики, создание инновационных научных центров типа «Сколково» «Нанолек» в Кировской области и поддержка развития других научных кластеров в регионах. Однако, развитие данных кластеров происходит точечно, не повсеместно.

Тем не менее, в сфере оптимизации ИМ в России наблюдаются тенденции, которые можно оценивать положительно. Например, сознательные усилия Российского государства по возврату в Россию ряда наиболее высококвалифицированных специалистов, что является основным путем преодоления описываемой проблемы.

Следовательно, с целью оптимизации интеллектуальной миграции в России необходимо создавать благоприятные условия для:

- поддержки и обеспечения возможностей для возвращения интеллектуальной элиты из зарубежных стран;
- привлечения в Россию молодых ученых из ближнего и дальнего зарубежья;
- повышение престижа российской науки;

⁰ Нахров М.Ю. Интеллектуальная миграция: причины, последствия, современное состояние // Вестник Тамбовского университета. – 2012. – № 3. – С. 283

- осуществления поддержки адаптации зарубежных специалистов по государственной и негосударственной линии.

В этой связи стоит воспользоваться имеющейся практикой зарубежных стран, например, для возвращающихся специалистов можно предлагать следующее:

- продажа земельных участков под строительство на льготных условиях;
- предоставление ссуд на льготных условиях ссуд на строительство домов;
- предоставление возможностей для беспошлинного провоза имущества - машин, товаров длительного пользования;
- возможно также создание специального пенсионного фонда.

Нельзя оставить без внимания также вопросы принятия специализированных программ привлечения к сотрудничеству с российскими вузами и производственными комплексами соотечественников, работающих за рубежом и обладающих высоким уровнем квалификации⁰ и использование практики тесного сотрудничества научных российских региональных кластеров с местными ВУЗами по развитию профессиональных кадров.

Приоритетом должна являться, разумеется, профильная политика, ориентированная на учащуюся за рубежом российскую молодежь.

Реализация данных действий не будет эффективной без активного развития и финансовой поддержки изучения политико-прикладной проблематики интеллектуальной миграции в качестве самостоятельного направления. Это позволит выстроить системную грамотную стратегию, регулируемую процессы ИМ в РФ.

Можно подвести итог, что оптимизация процессов ИМ в России будет невозможна без активных действий со стороны государства:

- государственная поддержка научных проектов в регионах;
- поддержка государственно-частного партнерства инновационных проектов;
- стимулирование практики тесного сотрудничества научных региональных кластеров с местными ВУЗами по развитию профессиональных кадров;
- поднятие престижа российской научной отрасли.

Таким образом, решение проблемы оптимизации интеллектуальной миграции невозможно без развития различных сторон жизни общества, которые являются тесно связанными: воспитание патриотизма подрастающего поколения, поднятие престижа российской науки, социальное и экономическое развитие российских территорий.

Библиографический список:

1. Крутова О.С., Морозова Т.В. Интеллектуальная миграция как ответ на процессы глобализации // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. – 2011. – № 1. – С. 81
2. Казанцев А.А., Боришполец К.П. «Утечка мозгов» из России как политико-управленческая проблема. 2013. - <http://www.vestnik.mgimo.ru/>
3. Нахров М.Ю. Интеллектуальная миграция: причины, последствия, современное состояние // Вестник Тамбовского университета. – 2012. – № 3. – С. 283

⁰ Казанцев А.А., Боришполец К.П. «Утечка мозгов» из России как политико-управленческая проблема. - 2013. - <http://www.vestnik.mgimo.ru/razdely/naukovedenie/utechka-mozgov-iz-rossii-kak-politiko-uvpravlenneskaya-problema>. – С. 211

Федотова Наталья Петровна
Fedotova Natal'ya Petrovna
ст. преподаватель, ВСГИК, г. Улан-Удэ.
E-mail: fenatus@mail.ru

УДК 330.1

НАРОДНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СПОСОБ ТРУДОУСТРОЙСТВА СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

PEOPLE'S ENTERPRISES AS A WAY OF EMPLOYMENT OF THE RURAL POPULATION

Аннотация: В статье рассматривается понятие «народное предприятие» и «акционерное общество работников». Также предлагается модель организации народного предприятия на основе трудоустройства безработных граждан.

Abstract: The article deals with the concept of "people's enterprise" and "joint-stock company of workers". A model for organizing a people's enterprise based on the employment of unemployed citizens is also proposed.

Ключевые слова: народное предприятие, акционерное общество работников.

Key words: people's enterprise, joint-stock company of workers.

На рубеже двадцатого и двадцать первого веков России не удалось решить многие экономические и социальные проблемы в стране. Одна из таких проблем, тотальная безработица в сельском хозяйстве. Реформы, постоянно проводимые в сельском хозяйстве с начала 90-х годов XX века привели к разрушению существующей на тот момент коллективной (колхозной) форме хозяйствования. Планировалось отказаться от коллективного производства в сельском хозяйстве, заменив его на фермерское, что привело к дезинтеграции крестьян. «Кто-то, и вправду взяв свой пай в колхозе, стал фермером, но большинство крестьян, по привычке «ждали команды сверху»[2].

В итоге разрушив колхозы, но не предложив ничего взамен, этому, государство уничтожило хорошо работающую систему коллективного производства сельхозпродукции, таким образом, лишив крестьян работы. Фермерство, из-за своей малочисленности, а также небольших объемов производства, не нуждалась в таком количестве рабочих. В сельской местности проявилась такая проблема как безработица. Началась массовая миграция, сельских жителей в города. Для решения

этой проблемы мы предлагаем возродить коллективные формы хозяйствования, в виде народных предприятий.

Одним из видов закрытых акционерных обществ являются акционерные общества работников или народные предприятия. Функционирование данных организаций производится с помощью Федерального закона РФ «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» [3].

Юридическое положение народного предприятия в нашем законодательстве возможно рассмотреть таким образом:

-Новое народное предприятие создается с помощью преобразования уже существующей коммерческой организации и лишь с согласия большинства сотрудников;

- число сотрудников народного предприятия не может быть менее 51 и более 5 тысяч человек;

- учредительный документ народного предприятия - учредительный договор, подписанный каждым сотрудником;

- более 75% акций народного предприятия должны быть собственностью его работников, а доля одного работника-акционера не может превышать 5%;

- количество сотрудников, не являющихся акционерами, не должно превышать 10% от общего числа сотрудников;

- количество акций, которыми может владеть сотрудник народного предприятия, имеет зависимость от размера оплаты труда;

Акционеры - не работающие на данном предприятии, имеют возможность покупать акции, проданные другими акционерами, в отличие от акционеров, которые находятся в трудовых отношениях с организацией.

При этом, они вправе приобретать дополнительные акции, распределяемые между ними соразмерно оплате труда.

После увольнения работник обязан продать принадлежащие ему акции народному предприятию, т. е. прекратить действие акционерных правоотношений одновременно с трудовыми отношениями.

Право акционера на продажу акций достаточно ограничено: «он имеет возможность продать по договорной цене не более 20% принадлежащих ему акций в конце отчетного финансового года в течение следующего финансового года (количество акций, разрешенных для продажи, устанавливает общее собрание)»[1].

Полномочия и компетенции общего собрания акционеров народного предприятия сильно увеличены по сравнению с простым акционерным обществом.

Так, голосование на совместном собрании акционеров для решения главных вопросов, и даже по избранию генерального директора, исполняется по следующему положению: «один акционер - один голос».

Главным органом следящим за деятельностью народного предприятия считается контрольная комиссия, которая имеет больше полномочий, чем ревизионная комиссия в стандартном Акционерном обществе.

Наблюдательный совет при народном предприятии по ст. 12 Закона «выполняет общее руководство» собственной деятельностью, т. е. считается исполнительным органом, а не надзорным органом, поскольку, данным советом руководит генеральный директор народного предприятия. При этом, ревизионная (контрольная) комиссия народного предприятия вместе с основными функциями разрешает заключать крупные сделки организации и проводит проверку по соблюдению прав акционеров, и, исполняет функции наблюдательного совета в организации.

Главное преимущество народного предприятия заключается в том, что его работники принимают непосредственное участие в управлении предприятием, и даже в распределении прибыли организации. Внешние акционеры не могут оказывать противодействие интересам и потребностям трудового коллектива, при принятии общим собранием акционеров решений по основным проблемам деятельности народного предприятия.

При этом, недостатком данной модели считается уменьшение возможностей самофинансирования с помощью выпуска дополнительных акций, поскольку распределение акций

между работниками предприятия постоянно ограничивается их доходами. Это может привести, к уменьшению области распространения, исследуемой модели, а также увеличению деятельности не предполагающей крупных инвестиций для постоянного развития, что может привести к деградации предприятия.

Также уставом определяется дополнительный список людей, которым не разрешается приобретение акций народного предприятия. Данная норма дает возможность предотвратить формирование преимуществ, при распределении акций и не дать возможность получения администрацией статуса главного собственника или статуса противодействующего меньшинства.

Вопреки рассмотренным выше недостаткам, предприятия с акционерной собственностью работников обычно развиваются достаточно хорошо. Доказательство этому, присужденная Нобелевская премия по экономике за 2009 год, которую получила американка Элиноор Остром за изучение в сферы коллективного управления собственностью. Она смогла доказать, что коллективное управление собственностью, совместными ресурсами, при обычных условиях наиболее результативно и не конфликтно. Данное мнение Э. Остром, разделяют все большее количество ученых, предполагая, что предприятия с собственностью работников - не пережиток социалистической системы, а появление нового явления в управлении организацией. На данный момент, считают ученые РАН, не предложено более эффективной и результативной организационно-правовой формы, соединяющей владение, управление и распоряжение собственностью, чем предприятия с собственностью работников.

На основании всего вышеизложенного нами была разработана модель организации народного предприятия на основе трудоустройства безработных граждан

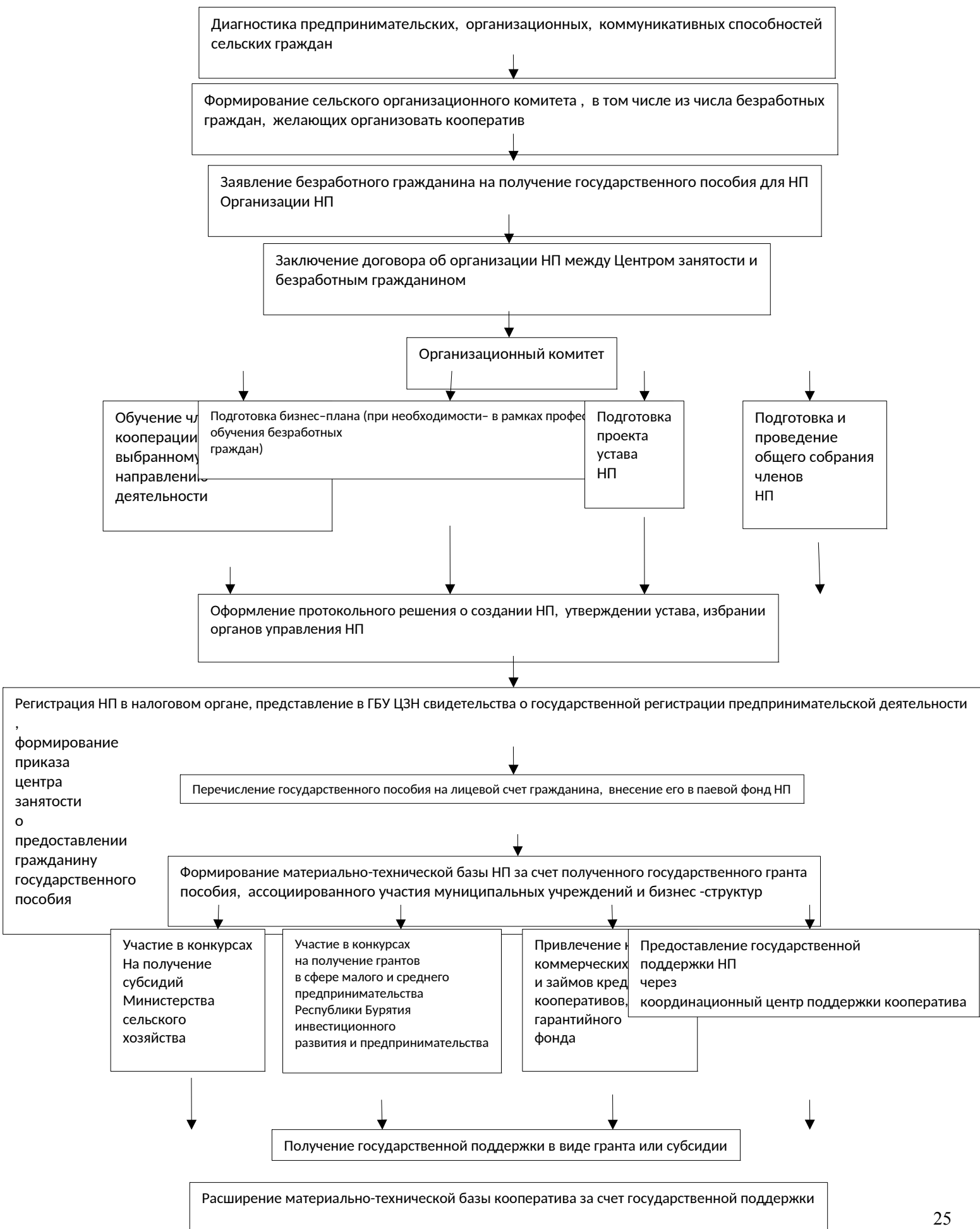


Рисунок 1 Модель организации народного предприятия на основе трудоустройства безработных граждан

Данная модель поможет представить этапы развития народного предприятия на основе трудоустройства безработных граждан.

Сначала нужно провести диагностику предпринимательских, организационных, коммуникативных способностей крестьян, и понять смогут ли они работать в народном предприятии.

Формирование сельского организационного комитета, в том числе из безработных, это первый этап в организации народного предприятия, уже становятся понятны цели и задачи нашей организации, и наиболее активные крестьяне могут заняться организацией.

Следующим этапом будет написание заявления безработного гражданина на получение государственного пособия для организации народного предприятия. Вообще центр занятости помогает заняться предпринимательством, и для этого выдает грант, в сумме 50 тыс. рублей. Поскольку сумма не большая, реально, на нее открыть какую-либо предпринимательскую организацию, достаточно сложно. Но если наши безработные крестьяне, скажем 51 человек, все получат по 50 тыс. рублей и объединятся в народное предприятие, то капитал на начало деятельности у них будет.

В это же время организационный комитет занимается следующим: обучение членов народного предприятия основам кооперации и выбранному ими направлению производственной деятельности, написание бизнес-плана (иногда в рамках профессионального обучения и переподготовки безработных граждан), разработка проекта устава народного предприятия, подготовка и проведение общего собрания членов народного предприятия.

Следующим этапом, будет оформление протокольного решения о создании народного предприятия, утверждении устава, избрании органов управления народного предприятия с последующей его регистрацией в налоговом органе, представление в ГБУ ЦЗН свидетельства о государственной регистрации предпринимательской деятельности, а также формирование материально-технической базы народного предприятия за счет полученных государственных грантов.

Следующим этапом деятельности народного предприятия, кроме осуществления своей непосредственной деятельности прописанной в уставе, будет участие в конкурсах на получение субсидий министерства сельского хозяйства, участие в конкурсах на получение грантов в сфере малого и среднего

предпринимательства Республики Бурятия инвестиционного развития и предпринимательства, привлечение кредитов коммерческих банков

и займов кредитных кооперативов, гарантийного фонда, получение государственной поддержки в виде гранта или субсидии, расширение материально-технической базы народного предприятия за счет государственной поддержки.

Для постоянного развития и дальнейшего существования акционерных обществ работников (народных предприятий) в России нужно организовать реальные и действующие гарантии государственной помощи при создании и дальнейшей деятельности народных предприятий. Увеличить количество и качество информации о деятельности народных предприятий и о тех преимуществах, которые дает эта организационно-правовая форма, для деятельности работников, и для организаций. Не большое изменение законодательства даст возможность пропагандировать эту организационно правовую форму, как малые предприятия, так и на средние и крупные, которые работают в различных сферах деятельности, что постоянно доказывается мировой практикой.

Библиографический список:

1. Разгулина Е. Д. Опыт формирования и перспективы развития народных предприятий в России // Вопросы территориального развития. 2015. №3 (23). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/opyt-formirovaniya-i-perspektivy-razvitiya-narodnyh-predpriyatij-v-rossii> (дата обращения: 01.06.2017).
2. Федотова Н. П. Общие критерии экономической эффективности сельскохозяйственных организаций коллективных форм собственности / Н. П. Федотова // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 5-1. – С. 390-393.
3. <http://lektsii.net/3-5219.html>(дата обращения: 01.06.2017).

Марчук Виктория Николаевна

Marchuk Viktoriya Nikolaevna

Студентка 3 курса

Группа ТУР-15

Краснодарский государственный институт культуры
Факультет социально-культурной деятельности и туризма

E-mail: vikimarch26@gmail.com

УДК 338.48

ХАРАКТЕРИСТИКА ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ – КАК САМОГО ГЛАВНОГО КУРОРТНОГО РЕГИОНА РОССИИ

Аннотация: В данной статье рассматривается характеристика курортного региона России, как его положительные стороны, так и отрицательные.

Annatation: This article considers the characteristics of the resort region of Russia, both its positive aspects and negative ones.

Ключевые слова: Побережье, море, отдыхающие, курорты, пляжи.

Key words: Coast, the sea, holidaymakers, resorts, beaches.

Одним из самых развитых и перспективных регионов Российской Федерации считается - Краснодарский край. И именно он является самым южным регионом страны и омывается водами Черного и Азовского морей, что придает краю еще больший уровень значимости для государства. А благоприятные природно-климатические условия и местная культура создают основу для организации края как курортного региона страны.

Среди большинства туристов, предпочитающих отдых в России, наиболее популярным направлением являются такие регионы, как Москва, Санкт-Петербург и, несомненно, Краснодарский край.

По официальным данным «Деловой газеты» Краснодарский край за 2016 год в целом посетило 15,8 миллионов туристов, что является на 800 тысяч отдыхающих больше, чем в 2015 году. Также известно, что из 15,8 миллионов отдыхающих, 9 миллионов отдыхали летом. Что касается статистики 2017 года, то она еще до конца не доведена. Но для многих туроператоров уже стало очевидно, что количество туристов не увеличилось с прошедшим годом. Это, разумеется, связано с открытием излюбленной Турцией и многофункциональным сервисом, в отличие от Черноморских курортов.

Как сообщает Travel.ru о состоянии пляжной зоны в Краснодарском крае: «Вас ждут десятки благоустроенных сертифицированных пляжей. Все они бесплатные, на них есть необходимые отдыхающим удобства: души, кабинки для переодевания, туалеты, работают медики и спасатели, такие пляжи регулярно чистятся, и с них вывозится мусор. Рядом с такими пляжами работают рестораны, кафе, сувенирные киоски, есть пункты проката гидроциклов и катамаранов.» Но так ли это на самом деле, если каждый год туристы жалуются на состояние курортной зоны и сервисное обслуживание?

Так, сотни туристов в этом году пожаловались на качество отдыха на Черноморском побережье, что подтверждается поступлением в Общественную палату более 800 обращений, которые касаются нарушений прав отдыхающих. Больше всего поступило жалоб (около 50%) от туристов, которых не устроила инфраструктура и сервис на побережье. Например, из Сочи дошли жалобы на плохую уборку номеров, недостаток чистоты в гостиницах, неприветливый персонал, который даже не может сказать: «Здравствуйте». Также туристы жаловались на грязные пляжи и мусор в городах. Около 70% подобных жалоб доходило в частности из Геленджика, Анапы и Сочи.

Депутат Законодательного собрания Владимир Петров заявил: «Чтобы внутренние направления отдыха могли успешно конкурировать с Египтом, Турцией и другими популярными у туристов странами, нужно развивать их инфраструктурную базу. Но в этом случае без серьезных финансовых влиятий и участия государства не обойтись». Таким образом, приоритетное направление в плане финансирования инфраструктурной базы можно выделить город Сочи, так как именно он принимает большее количество туристов за счет круглогодичного предложения, например, во время зимнего периода, туристы отдают предпочтения Красной Поляне и таким курортам как «Роза хутор», «Горки город» и «Газпром». Также в числе популярных зимних курортов считается Северный Кавказ. В подтверждении этому, Президент Российской Федерации Владимир Путин отметил: «Это еще раз говорит о том, что в целом мы не зря развивали Сочи как круглогодичный курорт». Что касается других курортов Черноморского побережья, таких как районы Геленджика и Анапы, то там уровень сервисного обслуживания все еще на низком уровне.

Что же касается самих прибрежных территорий, а именно пляжей в городе Сочи, то общая протяженность их составляет около 150 км, а количество официально-признанных пляжей около 130. Большая часть из них относится к отелям, санаториям и пансионатам. В большинстве случаев, и не только в Сочи, эти пляжи являются либо закрытыми, либо платными. Но, естественно, это лишено правовой основы, так как все прибрежные зоны, согласно Водному кодексу РФ, не могут находиться в частной собственности. Остальные пляжи являются муниципальными, которые чаще всего посещают туристы, в связи с чем, они являются самыми многолюдными и грязными, несмотря на то, что именно в Центральной части города находятся самые благоустроенные пляжи Сочи. Также в районе Сочи есть и дикие пляжи, на которых соответственно, всегда очень мало людей или нет совсем, а также отсутствует инфраструктура и различного рода инвентарь для пляжного отдыха. Благодаря новостному источнику, сообщается, что «Со строительством Олимпийской деревни и масштабной реконструкцией побережья, Сочи имеет возможность принять до 12,5 миллионов туристов пляжного Черноморского отдыха.» Но так ли это на самом деле и будет ли обеспечено высокое качество обслуживания к каждому туристу?

Если на территории Сочи только один песчаный пляж – в Имеретинской бухте, а все остальные галечные, то на Таманском полуострове: от мыса Железный Рог до города-курорта Анапы тянется 40-километровый пологий песчаный берег. Уже за Анапой и ее пригородами Джемете и Витязево все чаще будут встречаться пляжи с камнями разных размеров, так как начинается гористая местность. В окрестностях Новороссийска, Кабардинки и Геленджика на пляжах присутствуют камни и более крупного размера. Исключением является искусственно-насыпной песчаный пляж в центре Геленджика. А также: песчаные пляжи в поселке Лермонтово в Туапсинском районе, в окрестностях бухты Инал и в Хосте есть песчано-галечный пляж.

Для сравнения, на побережье Азовского моря совершенно по-другому устроены пляжи – они не только покрыты песком и ракушечником, но и бескрайне широкие. В связи с тем, что пляжи в окрестностях Должанской и Ейска очень пологие, то именно туда отправляются отдыхать семьи с маленькими детьми.

Что касается плотности отдыхающих на Черноморском побережье, то на нее влияют несколько факторов, а самые главные это:

- Качество предоставляемого отдыха;
- Площадь пляжных территорий.

Известно, что власти Краснодарского края планируют увеличить площадь пляжных территорий на курортах почти на 400 тыс. м².

Несмотря на то, что длина береговой линии от Таманского полуострова до Адлера составляет приблизительно 450 км, то на сегодняшний день, 96 км из них переполнены в 4-5 раз. Но как сообщают РИА Новости со ссылкой на министра курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края Христофора Константиныди: «Сейчас его ведомство ведет работу по включению еще 32 пляжей общей протяженностью более 24 км в разрабатываемую новую Федеральную программу по развитию внутреннего и въездного туризма. Реализация программы стартует с 2019 года. Когда новые пляжные территории будут введены в эксплуатацию, они смогут дополнительно принять более 138 тыс. туристов.» Но так ли качественно это будет на самом деле?

В заключении хотелось бы отметить, что Краснодарский край – это, как никак, единственный регион, который официально признан курортным. Черноморское побережье дополняет комфортный климат и изумительная природа, именно поэтому в Краснодарский край стремятся приехать со всей России. Для того, чтобы отдыхающим запомнился приятно их отдых на побережье, просто необходимо создать наилучшие условия инфраструктуры региона и сервисов обслуживания. Чем выше уровень обслуживания и качество отдыха, тем больше в дальнейшем край будет приобретать положительные отзывы. На сегодняшний день, край – как курортный регион – отстает в своем уровне развития. Для того, чтобы продолжать развивать внутренний туризм, следует улучшить инфраструктуру края, в частности Черноморское побережье до высшего уровня, что и планируется сделать к 2020 году.

Библиографический список:

1. <https://golos-kubani.ru/turpotok-na-kurortax-krasnodarskogo-kraya-sokratilsya-na-25/>
2. <http://www.dg-yug.ru/rubriki/resorts/91957-ploshhad-plyazhej-na-kurortax-kubani-velichat-na-400-tyis.-m2.html>
3. http://guide.travel.ru/russia/krasnodarsky_kray/
4. <http://www.atorus.ru/ator/press/article/2229.html>

Научное издание

Коллектив авторов

Сборник статей XVII Международной научной конференции «Современная экономика»

ISBN 978-5-9500488-3-8

Журнал об экономических науках «Бенефициар»

Кемерово 2017