

РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЕ ОТНОШЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Анищук М., Курченко Н. – студенты, Казитова Э.И. – доцент

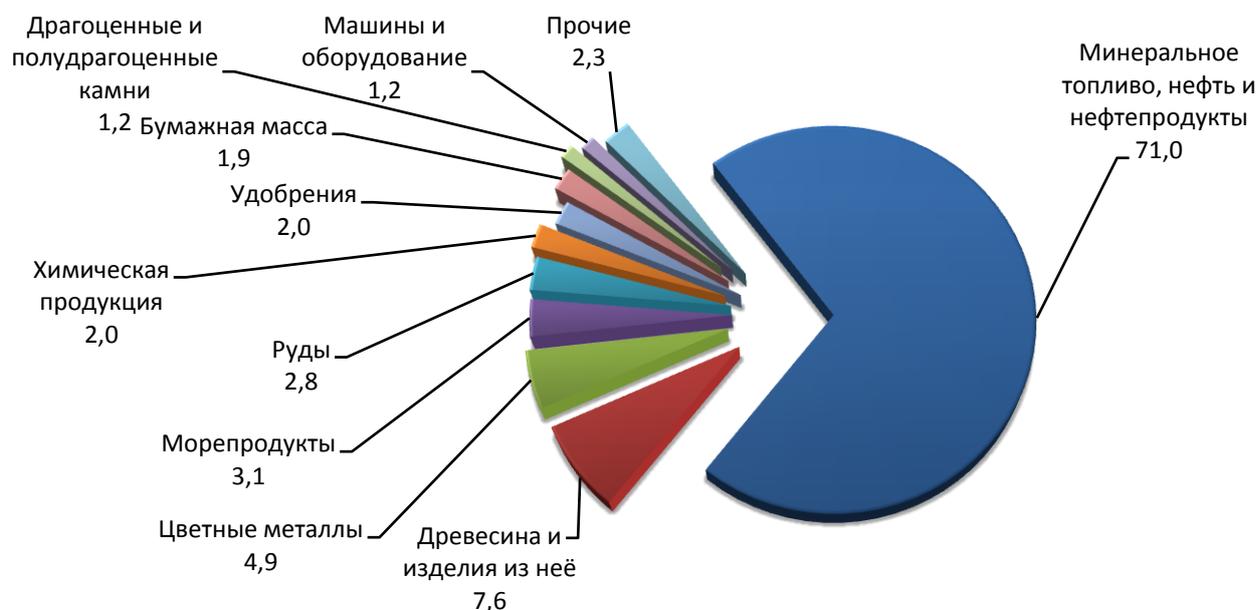
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Взаимоотношения Российской Федерации и Китайской Народной Республики уже более 400 лет, но вряд ли когда-то раньше государства были столь близки и столь нуждались друг в друге, как в нынешние дни. Менялись поколения, правители, идеологии, вместе с ними и характер связи между Китаем и Россией. От периодов, когда страны были близки к подписанию союзных договоров, до практически полного разрыва дипломатических отношений. Сегодня же решены основные болезненные вопросы, которые мешали странам в установлении длительных партнёрских отношений, такие как: вопросы государственных границ, политические и идеологические разногласия. Сегодня отношения Китая и России находятся на пике развития.

Важное место в сотрудничестве наших государств занимает гуманитарный (культурный) вопрос. Руководители и представители государств проводят регулярные встречи, в том числе на высшем уровне. В рамках сотрудничества проводятся регулярные культурные и спортивные мероприятия. Так 2005 и 2006 годы были объявлены годами «России в Китае» и «Китая в России» соответственно. Налаживаются контакты между отдельными регионами государств. Ярким примером такого сотрудничества является договор между Алтайским Государственным Техническим Университетом им. И.И. Ползунова с Даляньским Университетом информатики. Сотрудничество в сфере киноискусства привело к появлению совместных работ и привлечению российских артистов к съемкам в Китае. Кроме того в последние годы выросли объёмы показателей в сфере туризма. Так только один проект Трансграничный туристский парк «Восточные ворота России «Забайкальск-Маньчжурия» способен приносить взаимную прибыль в районе 40 млн. долларов в год. Кроме выше указанного проекта развиваются: «Великий чайный путь» и Восточное кольцо России.

Важнейшим же вопросом в сотрудничестве государств является - экономический. Оба государства решают определённые проблемы внутри своих территорий, в том числе благодаря помощи друг друга. Необходимость привлечения внешних инвесторов для развития промышленности, импорт высокотехнологической продукции и машин, экспорт минерального сырья – такие цели являются наиболее общими для России в отношениях с КНР. В свою очередь развивающейся азиатской супердержаве необходимы опытные российские специалисты в области электроэнергетики, машиностроения и металлургии, сохраняется высокая зависимость Китая от минеральных ресурсов, которые в необходимых объёмах готова предоставлять Россия.

Если в 2004 году общий объём внешнеторгового оборота государств составил 20 млрд. долларов, то к концу 2014 года данный показатель уже был равен 95 млрд. долларов. В дальнейшем, к 2020 году, ожидается общее увеличение оборота до 200 млрд. долларов. Китай стал третьим торговым партнёром России и первым поставщиком товаров в нашу страну. В 2013 году Россия в рейтинге 20 основных торговых партнёров Китая заняла 10 место. Но при этом доля РФ в общем внешнеторговом обороте Китая составляет всего 2,14%. Большую часть в совокупном российском экспорте составляет минеральное топливо, нефть и нефтепродукты - 26,85 миллиарда долларов. Особой статьёй российско-китайской торговли являются взаимные поставки продукции черной металлургии. В 2013 году российские поставки черных металлов выросли на 71,9% и составили около 239,4 тысячи тонн (рисунок 1).



Источник: Статистическая база данных по внешней торговле Федеральной таможенной службы. URL: <http://www.customs.ru/>

Рисунок 1 – Структура российского экспорта в Китай, 2013 г.

Импорт черных металлов из Китая в РФ сократился в 2013 году на 14,4% до 650,3 тысячи тонн, при этом объемы импорта изделий из черных металлов увеличились на 29,3% до 899,8 тысячи тонн. Импорт из Китая машин и оборудования составил в 2014 году более 16 миллиардов долларов.

Развитие отношений между Россией и Китаем подтверждается подписанием ряда стратегических соглашений в мае 2014 года [3]. Страны будут сотрудничать в различных сферах. Подписано Соглашение о стратегическом сотрудничестве между ОАО «РЖД» и корпорацией «Китайские железные дороги», целью которого является совместное развитие транспортной инфраструктуры. Россия и Китай намерены увеличить объем прямых расчетов в национальной валюте во взаимной торговле между странами. По условиям одного из соглашений будет построен новый мост через Амур, что позволит быстрее доставлять товары. Заключен ряд соглашений о совместных проектах и сотрудничестве в сфере машиностроения, химической промышленности и строительства инфраструктуры. Немаловажным является факт сотрудничества между рядом министерств, регионов и предприятий России и Китая.

Для нашей страны Китай также является потенциальным союзником в военно-политическом плане. В 2014 году были проведены масштабные военно-морские учения под названием «Морское взаимодействие 2014». Это говорит об общих интересах России и Китая в сфере региональной и глобальной безопасности. Китай поддерживает подход России к урегулированию украинского кризиса. Следует отметить слова министра иностранных дел Китая: «Мы будем оказывать поддержку друг другу, совместно поддерживать международный мир и отстаивать итоги Второй мировой войны...».

В результате проведенного исследования можно сделать следующий вывод: в современных условиях взаимные интересы и взаимное сотрудничество КНР и России на мировой арене достигло той стадии, когда регресс уже невозможен. Китай является оптимальным партнером для России по многим показателям: наличие взаимодополняемости экономик – энергоресурсы, тяжелая промышленность, наукоемкие отрасли и добывающая промышленность – у России; легкая промышленность, наличие избыточной рабочей силы, значительный объем валютных резервов – у КНР. Сотрудничество между Россией и Китаем развивается по многим направлениям и если не возникнет каких-либо серьезных негативно влияющих факторов, связи между странами будут укрепляться и поддерживаться.

Список использованных источников

1. Государственное информационно-аналитическое агентство Российской Федерации РИА-новости: Экономика [Электронный ресурс]. – М., 28.03.2015. – Режим доступа: <http://ria.ru/economy>. – Загл с экрана.
2. Портал Внешнеэкономической информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ved.gov.ru/exportcountries/>. – Загл. с экрана.
3. Документы, подписанные в рамках официального визита Президента Российской Федерации В.В.Путина в Китайскую Народную Республику / Президент России. – М., 20 мая 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://news.kremlin.ru/ref_notes/1643. – Загл. с экрана.
4. Сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/index.php>. - Загл. с экрана

РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФЛЯЦИИ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

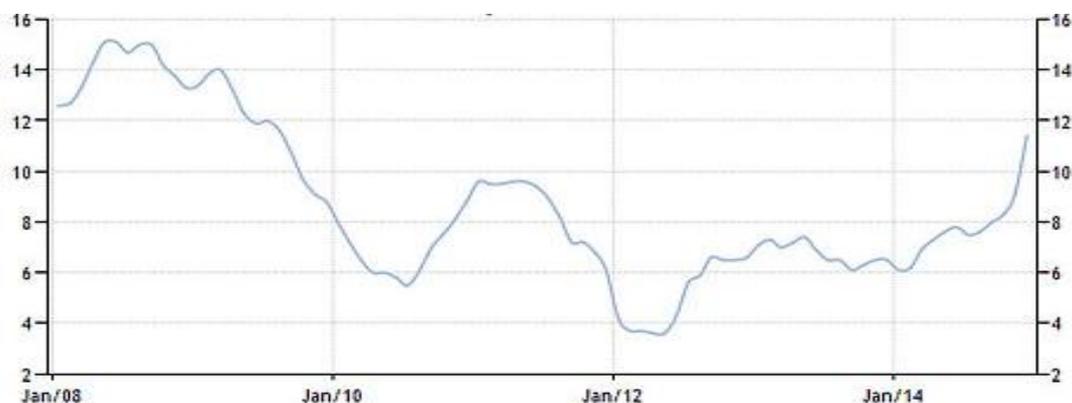
Арвеладзе Б.А. – студент, Баранова Е.В.- ст. преподаватель

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В контексте анализа внутренних экономических проблем России на сегодняшний момент, скорее всего, нет более актуальной, чем инфляция и волатильность валютного курса. Высокий уровень инфляции приводит к снижению покупательной способности денег. Целью данной работы является определение возможных методов регулирования этих процессов.

В 2013 году инфляция в России составляла 6,5 %, а в 2014 году уровень инфляции в Российской Федерации в годовом исчислении составил уже 11,4 %, что явилось рекордным значением указанного параметра после 2008 года. По мнению большинства экспертов, падение рубля произошло по причине снижения цен на нефть и применения западных санкций, что привело к значительному увеличению цен на продовольствие - на 15,4% за год. Инфляция составила 2,6 % в декабре – том месяце, когда рубль испытал драматическое падение 18 декабря, рухнув на 20% за один день и вызвав опасения по поводу возникновения полноценного банковского кризиса. Падение курса рубля вызвало опасения по поводу российских компаний и их способности обслуживать миллиардные долларовые долги, а Центральный банк Российской Федерации повысил процентные ставки до 17%, пожертвовав экономическим ростом для защиты курса национальной валюты. Валютный курс стабилизировался весной 2015 года на уровне между 50-ю и 60-ю рублями за доллар.

За 2014 год экономика России заметно ослабела. Свой вклад в этот процесс внесли два важных фактора: во-первых, цены на нефть достигли пятилетнего минимума, во-вторых, западные страны ввели санкции за участие в конфликте на Украине, отрезав российскую банковскую систему от иностранных кредитов.



Источник: [1]

Рисунок 1 – Показатели инфляции в России, 2008-2014 гг.

Необходимое условие сдерживания высокого уровня инфляции- это доверие населения к денежно-кредитной политике страны в целом, для того, чтобы это способствовало формированию и сохранению низких инфляционных ожиданий.

Главным оружием против инфляции для России должно стать установление контроля над динамикой денежной массы, сочетание мер, не только стимулирующих денежный спрос, но и ограничение избыточного роста денег в экономике.

Вместе с ограничением темпов роста денежного предложения не менее перспективными являются и другие меры, такие, как: постепенная дедолларизация и рост сберегательной активности населения. Важны и необходимы реформы, связанные с рынком труда. Также важна реализация последовательной и сбалансированной политики, позволяющей нейтрализовать циклические колебания. Эффективность этих мер доказана опытом многих стран, значит, с огромной долей вероятности они окажутся эффективными и в для России.

Инфляция, затянувшаяся на длительный период в России, свидетельствует о том, что российская экономическая политика слабоэффективна. Основой антиинфляционной программы в России должна стать научно обоснованная модель управления переходной экономикой, которая стимулировала бы ее стабилизацию, подъем производства товаров и оказания услуг на конкурентной основе, а также повысила бы эффективность экономической политики.

Список использованных источников:

1. Russia inflation at highest level since financial crisis [Электронный ресурс]: официальный сайт. –

Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/finance/economics/11318969/Russia-inflation-at-highest-level-since-financial-crisis.html>. – Загл. с экрана

2. Пути снижения инфляции в России [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.econmotion.ru/nomecs-640-1.html>. – Загл. с экрана

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО КНИЖНОГО РИТЕЙЛА И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Арцуева А.С. – студентка, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Ни для кого не секрет, что российское книжное дело, а в особенности книжная торговля, находятся в кризисном состоянии. К сожалению, даже в Год литературы, продажи книг неумолимо падают. Основными факторами, негативно влияющими на отечественную книжную отрасль, являются снижение интереса населения к чтению, замещение бумажных книг электронными, сокращение количества книжных магазинов, медиапиратство и другие.

За относительно короткий промежуток времени отношение россиян к книге претерпело кардинальные изменения. Конечно же, главным образом на это повлияло изменение современного образа жизни в связи с появлением Интернета. Мы больше не видим в книге источник формирования личности, а трудному процессу познания предпочитаем легкие модели скачивания. Из самой читающей страны мира Россия превратилась в государство, где 40% населения, по данным соцопросов, не стесняются признаться в том, что вообще не берут в руки книгу [1].

Снижение интереса к чтению стало одной из причин стремительного исчезновения книжных магазинов, деятельность которых стала представляться исключительно коммерческой. Главный редактор журнала «Библиография» К.М. Сухоруков считает, что, прежде всего сегодня должен стоять вопрос о возвращении книжных магазинов в функционал Министерства культуры, как это было раньше в нашей стране и как это принято

по сегодняшний день в европейских странах. Необходимо именно на государственном уровне добиться признания книжной отрасли частью культурного пространства России [2].

Доступность книги для населения определяет культурное развитие страны. Именно доведение книг до читателя является главной проблемой современной книжной индустрии.

На сегодняшний день в России существует три легальных канала книгораспространения: розничные торговые точки, среди которых выделяются специализированные книжные магазины, а также непрофильные торговые площадки, предлагающие книгу в качестве сопутствующего товара (75% всего объема выпускаемых книг); интернет-магазины (около 15%) и библиотеки (8-10%) [2, с. 14].

К сожалению, нет статистических данных о точном количестве книжных магазинов на территории России, известно лишь, что их количество неуклонно сокращается из года в год. По словам А. Воропаева, начальника отдела книжных выставок и пропаганды чтения Роспечати, за период с 2008 по 2014 г. число розничных книготорговых точек сократилось более чем в 2 раза. По приблизительным оценкам, к концу 2014 года в России существовало около 1200 книжных магазинов. В Москве на 1 миллион человек приходится 10 книжных магазинов, в Санкт-Петербурге – 32,7. Для сравнения, в Великобритании эта цифра достигает 46,8, в Канаде – 55,7, в Финляндии – 69,8. Во многих малых городах России, а также в посёлках и деревнях книжных магазинов нет вообще, Интернет-торговля слабо развита и к тому же обременена удорожанием книг в связи с платностью доставки. Библиотеки не получают должного финансирования и не могут повсеместно стать проводниками книги. По библиотекам статистика также довольно печальна: если в Москве на 10 тысяч человек существует 0,4 библиотеки, в Санкт-Петербурге – 0,5, то в Великобритании – 4,8, в Канаде – 4,9, в Финляндии – 11,4. Всё это означает, что среди населения России около 60 миллионов человек не имеют реального доступа к книге [3].

В 2014 году ассоциацией книгораспространителей независимых государств (АСКР) было проведено аналитическое исследование российской книжной торговли. Анализировались итоги работы книготорговых предприятий за 2011–2013 гг. Общее количество предприятий, принявших участие в исследовании — 206.

По результатам данного исследования, в 2013 г. по сравнению с 2011 г. общие продажи предприятий возросли на 26,13%. Однако если проследить ситуацию на уровне отдельных книжных магазинов, имеем, что серьезный рост товарооборота произошел только в следующих: «ПродаЛитЪ»(Иркутск), «Свой книжный» (Одинцово), «Тагилкнига» (Нижний Тагил), «Приморский торговый дом книги» (Владивосток), «Новая книга»(Петропавловск-Камчатский), «Ростовкнига» (Ростов-на-Дону). На увеличение общего товарооборота книжной отрасли в заметной степени повлияло открытие новых магазинов петербургской сетью «Буквояд» и ООО «ПродаЛитЪ». В основной же массе наблюдается сокращение книжного товарооборота [4].

В среднем на анализируемых предприятиях производительность труда одного работника составляет 1184,28 тыс. рублей, средняя заработная плата находится в интервале от 8400 рублей до 36400 рублей. Считается, что фирма развивается успешно, если темпы роста товарооборота превышают темпы роста фонда оплаты труда, а темпы роста производительности труда превышают темпы роста средней заработной платы. Среди исследуемых предприятий только «ПродаЛитЪ» соблюдает данное соотношение, на всех остальных предприятиях оно нарушено [4].

Издержки обращения книготорговых предприятий зависят от объемов продаж, площади, численности персонала и ряда других причин. К данным издержкам относятся: аренда помещений, коммунальные услуги, оплата труда и прочие расходы. На исследуемых книготорговых предприятиях издержки обращения составляют 6-22% к товарообороту.

В условиях инфляции, повышения арендной платы, тарифов на коммунальные, почтовые и транспортные услуги книготорговым предприятиям, в целях выживания, приходится увеличивать торговую наценку. По данным исследования, торговая наценка в книжной отрасли составляет 60%. Средняя розничная цена книги составляет 280 рублей [4].

Таким образом, снижение уровня продаж вынуждает книготорговые предприятия увеличивать долю не книжной продукции в структуре товарооборота; в абсолютном большинстве книжных магазинов темпы роста заработной платы превышают темпы роста производительности труда; увеличение издержек обращения ведет к повышению торговой наценки стоимости книг. Удельный вес книжной продукции на исследуемых предприятиях составляет в среднем 59,33%. Сегодня в книжных магазинах помимо книг и канцелярских товаров можно найти игры, игрушки, сувенирную продукцию, подарки и пр.

Объем книжной отрасли Российской Федерации составляет не более 70-80 миллиардов рублей в год. Любая крупная торговая сеть, например, «Лента», даёт в несколько раз более высокий оборот [3].

Совершенно точной является необходимость государственной поддержки книжного ритейла и создания экономических условий для нормального функционирования книжных магазинов. Рассмотрим некоторые варианты решения этой проблемы.

В первую очередь, нужно пытаться возродить интерес нации к чтению. Ведь помимо всего прочего, пренебрежение чтением сопряжено с большим социальным риском, поскольку чтение является важнейшим способом освоения жизненно важной информации, без него невозможна интеграция личности в многонациональную и многослойную российскую культуру. В зависимости от уровня читательской компетентности населения находятся экономика, политика, национальная безопасность и конкурентоспособность страны. В целях популяризации книги среди населения Российским книжным союзом (РКС) уже была разработана Национальная программа поддержки и развития чтения, в рамках реализации которой предполагается осуществление взаимосвязанных мероприятий, призванных повысить культурную компетентность членов общества за счет повышения уровня читательской активности [5].

Необходимо пропагандировать книги и чтение всеми возможными способами. Например, определенную роль в этом могла бы сыграть реализация активной социальной рекламы, открытие на основных федеральных телеканалах и радиостанциях передач о книгах, а также постоянно действующих рубрик, посвященных данной тематике, в печатных СМИ.

Во-вторых, необходимо признать книжный ритейл частью культурного пространства страны и предоставить льготы по аренде площадей для книжных магазинов. Затраты на аренду занимаемых помещений – огромная статья расходов предприятий розничной торговли книгами. Особенно существенны эти расходы в случае, если книжный магазин находится в центре населённого пункта, что является важным условием популяризации чтения.

В-третьих, следует создать для населения реальную возможность доступа к книге как социально значимому продукту. Это подразумевает определение предельной величины торговой наценки на определённый книжный ассортимент с одновременным предоставлением государственного финансирования в виде субсидии. С одной стороны, данная мера поможет сделать определённую книжную продукцию в большей степени доступной для массового читателя. С другой стороны, упущенная выгода предприятий книжного ритейла ввиду уменьшения торговой надбавки, может быть компенсирована выделением со стороны государства целевого бюджетного финансирования книжных магазинов. [6].

В-четвертых, с целью облегчения налогового бремени, необходимо произвести некоторые изменения в системе налогообложения предприятий, занимающихся торговлей книгами, а именно: 1) дополнить п. 2 ст. 346.26 Налогового кодекса РФ предоставлением возможности применения системы налогообложения в виде единого налога на вменённый доход предприятиям розничной книготорговли, осуществляемой через магазины и павильоны с площадью торгового зала не более 400 кв. м. Данная мера призвана поддержать небольшие книжные магазины, что является одной из приоритетных задач в настоящее время [7]. 2) ввести нулевой НДС на реализацию социально важной книжной продукции. Это позволит книготорговым предприятиям мобилизовать финансовые ресурсы, а также будет

способствовать стабилизации, а, быть может, и снижению розничных цен на книжную продукцию, которую массовый читатель зачастую не может себе позволить. По мнению экспертов, данная мера позволит остановить сокращение числа книжных магазинов России и даже, возможно, приведет к увеличению налогооблагаемой базы в результате более эффективной деятельности книготорговых предприятий [2, с. 16].

В-пятых, государство обязано принять соответствующие меры по нивелированию пиратства, что, наконец, даст реальные возможности к сосуществованию печатной и электронной книги. Соответствующим организациям следует разработать ряд мер по поддержке творчества молодежи, писателей, писательских союзов, литературных объединений и т.д.

Однако одних государственных мер недостаточно для решения проблем российской книжной отрасли. Необходимо также, чтобы книготорговые предприятия стремились к саморазвитию, постоянно анализировали читательский спрос, осваивали новейшие технологии реализации своей продукции, проводили качественный маркетинг, трансформируя книжные магазины из обычных торговых фирм в культурные и досуговые центры.

Список использованных источников:

1. ЛГ: Мы теряем наше будущее [Электронный ресурс] / Информационно-аналитический журнал «Университетская книга». – 2015. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/news/4092-my-teryaem-nashe-budushee.html> - Загл. с экрана.
2. Сухоруков, К.М. Книжная торговля в России: государственная поддержка и/или саморазвитие? // Библиография. – 2014. - №6. – С. 14-18.
3. Страшно представить Россию без книжных магазинов [Электронный ресурс] / Информационно-аналитический журнал «Университетская книга». – 2015. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/news/4118-dmitriev-strashno-predstavir-rossiyu-bez-knizhnyh-magazinov.html> - Загл. с экрана.
4. Российское книгоиздание и книгораспространение: прогноз на будущее. Ч.1 [Электронный ресурс] / Информационно-аналитический журнал «Университетская книга». – 2014. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/knigniy-rinok/3851-rossiyskoe-knigoizdanie-i-knigorasprostranenie-prognoz-na-budushee.html> - Загл. с экрана.
5. Национальная программа поддержки и развития чтения [Электронный ресурс] / Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества. – Москва, 2007. – Режим доступа: <http://www.mcbs.ru/chtenie/chtenietext/> - Загл. с экрана.
6. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 №145-ФЗ // Собрание законодательства РФ. - 1998. - №31. - Ст. 78.
7. Налоговый кодекс РФ (НК РФ) от 05.08.2000 №117-ФЗ // Собрание законодательства РФ. - 2000. - №32. - Ст. 346.26.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Баранова Е.А. – студентка, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент,
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Неоспоримым фактом является то, что развитая транспортно-логистическая инфраструктура способствует экономическому развитию региона.

Алтай – единственный в России регион, граничащий с Китаем, Монголией и Казахстаном, имеющий выгодное геополитическое положение и транспортное выгодное расположение с возможностью обрабатывать грузы, доставляемые разными видами транспорта – автомобильным, железнодорожным, воздушным.

Наибольший интерес для иностранных компаний представляют услуги по встречным поставкам с доставкой грузов через территорию Алтайского края в районы Северо-Восточного и Северо-Западного Китая, Азии. Алтайский край имеет прекрасные приграничные позиции, но при этом здесь незаслуженно нет ни сети терминалов, ни регионального логистического центра [1].

С точки зрения специалистов, наиболее функциональным решением транспортно-логистических задач, назревших на территории края, является внедрение терминально-логистической инфраструктуры.

Строительство сети авто- и железнодорожных терминалов будет серьезным стимулятором, как экономического развития, так и инвестиционной активности Алтайского края. Безусловно, выстроенная терминально-логистическая инфраструктура края станет важной составной частью национальной логистической системы. Одним из базовых принципов развития региона представляется принцип синхронизированного развития всех видов транспорта.

Инфраструктура таких терминалов должна состоять из объектов разной функциональной направленности. Это могут быть складские и офисные помещения, зоны таможенного контроля, холодильные и морозильные камеры, зоны хранения опасных грузов, шоу-румы, мойка автомобилей, ремонтная зона для обслуживания авто- и железнодорожного транспорта, места отдыха: столовая, душевая и т. п.

Можно выделить ряд факторов, которые могут позитивно и системно повлиять на экономику края при внедрении сети терминалов:

- новые рабочие места;
- налоговые платежи;
- рост товарооборота;
- снижение издержек и увеличение оборачиваемости капитала;
- развитие транспортной, инженерной и телекоммуникационной инфраструктуры;
- развитие сопутствующего малого и среднего бизнеса (в сельском хозяйстве, в переработке сельхозпродуктов, в производстве товаров народного потребления);
- приток федерального и транснационального бизнеса в край.

Аграрная специфика региона порождает множество проблем, одна из многих это реализация готовой сельскохозяйственной продукции в другие регионы ввиду главной проблемы – отсутствие логистики.

Строительство сети терминалов будет способствовать развитию инфраструктуры региона за счет внедрения различных компьютеризированных систем управления на терминалах обслуживания, позволяющих осуществлять прогнозы, расчеты, обеспечивать бесперебойность функциональных циклов, координировать движение товарных потоков между входящими в систему распределительными центрами. Строительство новых и реконструкция старых дорожных сетей позволит создать широкий транспортный узел распределения [3].

Современная пространственная структура экономики Алтайского края характеризуется высокой степенью концентрации экономической активности в ведущих центрах – г. Барнауле и г. Бийске. Край имеет крайне выгодные транспортные позиции. Три железнодорожных входа из Азии через Кулунду и Рубцовск, город, словно созданный для организации крупного центра логистики. Помимо этого есть международный аэропорт, запасной пункт новосибирского Толмачево. Запасные игроки рано или поздно выходят в поле и становятся основными. Развитие Рубцовской зоны экономического развития будет способствовать упрочению экономического и инфраструктурного каркаса территории Алтайского края, повышению ее связности, а также созданию нового центра экономического роста [2].

Таким образом, мы уверены, что реализация проекта по строительству авто- и железнодорожных терминально-логистических центров в Барнауле, Рубцовске, Бийске, и Кулунде сформирует фундамент для экономического развития Алтайского края как международной площадки внешнеэкономической деятельности.

Список использованных источников:

1. Кудашев, А.Г. Из запасных - в основные. - Барнаул, 2015. - С.1-2.
2. Постановление от 19 октября 2012 года N 565 «Об утверждении краевой программы по созданию центра регионального развития на территории города Рубцовска и Рубцовского района» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499107696>. – Загл. с экрана. - С. 3.
3. Швецова, Е.В. Информационное сопровождение в цепях поставок / Е.В. Швецов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 9. – С. 47.

РОССИЙСКО-КИТАЙСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА.

Беззадина У. – студентка, Баранова Е.В. – старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Китай является одним из ключевых экономических и геополитических партнеров РФ, в том числе и в области туризма. Именно этим можно объяснить растущий интерес к решению множества задач, лежащих в этой области, со стороны обеих стран.

С целью определения проблем, касающихся развития сотрудничества Китая и России в области туризма, предварительно обратим внимание на анализ проблем в этой отрасли в указанных странах по отдельности.

Опыт многих стран показывает, что успех развития туризма в значительной степени зависит от того, насколько активно государство в своем стремлении поддержать указанную сферу [3].

Представляется актуальным выделить три группы общих проблем, характерных для современной российской туристической индустрии:

1. Уровень сервиса, который не соответствует ожиданиям зарубежных туристов, низкий уровень профессионализма и культуры обслуживания. В данной области решение проблем видится как результат осуществления следующих мер: совершенствование системы подготовки кадров и разработки стандартов деятельности в указанной сфере.

2. Высокая стоимость отдыха в России, включающая как стоимость размещения, так и стоимость авиа – и железнодорожных билетов, которая во многом зависит от степени освоения отдельных регионов страны и незначительным транспортным потоком. Этот фактор активно эксплуатируют иностранные туроператоры, предлагая российским туристам более дешевые туры в ряд зарубежных государств. Возможные подходы для решения выделенных проблем: пересмотр цен на транспортные расходы; создание специальных туристических пакетов по типу зарубежных туристических компаний; активное развитие рекламы туристических регионов и достопримечательностей в РФ.

3. Несовершенная законодательная база как фактор появления на рынке множества непрофессиональных и недобросовестных игроков на российском туристическом рынке.

Далее рассмотрим основные тенденции в сфере туризма в КНР. Китай – одна из самых посещаемых стран мира, и до 2013 года приток туристов в Китай устойчиво рос от года к году. Согласно официальным данным Государственного управления по делам туризма КНР, общее количество иностранных посетителей (включая бизнес-туристов), въезжающих в Китай, в первом полугодии 2013 уменьшилось на 5% по сравнению с тем же периодом 2012 года, до менее 13 млн. человек. Сокращение отмечено для туристов из всех регионов – Азии, Австралии, Европы, Северной и Южной Америки. За весь 2013 год в Китае зафиксировано снижение показателей въездного турпотока в среднем на 2,5% [4].

Далее обратимся к анализу российско-китайских турпотоков. В первом квартале 2013 года количество российских туристов, побывавших на острове Хайнань, составило 50 тыс. человек, снизившись на 1,8% по сравнению с аналогичным периодом минувшего года, и это стало первым спадом данного показателя с 2009 года. Сокращение притока туристов из

России частично объясняется тем, что стоимость перелета, проживания и питания для российского туриста во Вьетнаме и в Таиланде стала ниже, чем на о.Хайнань.

В целом же, за все первое полугодие 2013 года туроператоры фиксировали отрицательную динамику российского турпотока в Китай, ранее считающегося одним из приоритетных. Это стало подтверждением тенденции, наметившейся еще в 2012 году. Тогда, согласно данным Росстата, КНР лишилась 11,5% туристов из России, несмотря на Год российского туризма в Китае, в рамках которого в обеих странах прошли сотни информационных и культурных мероприятий. На поток повлияли снижающийся курс рубля по отношению к доллару, а также растущий относительно американской валюты юань. Эти два взаимных процесса вызвали рост цен на направлении, что сократило групповые экскурсионные туры.

Следует отметить, что индустриализация Китая негативно отразилась на въездном туризме. Число туристов, приезжающих в Китай, серьезно сократилось в том числе и за счет неблагоприятной экологической обстановки, включая крайнюю степень загрязненности воздуха, и данный спад может оказаться долговременным, если власти КНР не предпримут решительные меры.

Совместной проблемой российско-китайского туристского сотрудничества является высокая стоимость авиабилетов на самолеты российских компаний. Кроме того, сюда же отнесем неразвитость инфраструктуры в приграничных регионах России, несоответствие качества гостиничных и иных услуг их стоимости, нехватку квалифицированного персонала, владеющего языком и знающего менталитет китайских туристов, а также слаборазвитую систему обеспечения безопасности китайских туристов в период их пребывания в России [6].

Представляется, что для увеличения турпотока между РФ и КНР необходимо расширять географию регулярных рейсов, стимулировать заинтересованность в продвижении совместных турпродуктов и отмену визового режима, а также активно проводить широкомасштабную кампанию по информатизации населения о преимуществах конкретных турпродуктов и направлений туризма.

В частности, китайская островная курортная провинция Хайнань планирует предпринять новые меры по привлечению российских туристов с целью преодолеть конкуренцию со стороны Вьетнама и Таиланда. Согласно сообщению провинциального комитета по делам туризма Хайнаня, в сентябре 2015 года данная провинция планирует провести ряд мероприятий в Санкт-Петербурге и других российских городах, таких, как неделя туризма, фотовыставки, презентации туристических маршрутов и др.

Кроме того, осуществляются и другие мероприятия с целью стимулирования сотрудничества РФ и КНР в данной области, например, посредством организации ярмарок. Министерство коммерции КНР, Министерство экономического развития РФ и правительство провинции Хэйлунцзян подписали трехстороннее соглашение, согласно которому с 2016 года Харбинская международная торгово-экономическая ярмарка будет преобразована в ярмарку «Китай-Россия». За организацию мероприятия, которое уже было проведено 24 раза, будут совместно отвечать Министерство коммерции КНР, Министерство экономического развития РФ и правительство провинции Хэйлунцзян. Стоит отметить, что после модернизации улучшатся функции китайско-российской торговой и инвестиционной платформы, стандарты участия руководителей будут выше. Кроме того, темы ярмарки ежегодно будут утверждаться в соответствии со сферами сотрудничества между Китаем и Россией.

Предпринимаются активные меры по продвижению китайского турпродукта в крупнейших городах на российский рынок. Например, три соседних района Южного Китая – Гонконг, Макао и Шенжень – решили совместно продвигать свой продукт на российский рынок. По популярности у туристов лидирует Гонконг, который в 2013 году посетило более 220 тысяч россиян. Основной же целью поездок в Макао является игра в казино, этот вид деятельности составляет около 50% ВВП города. В 2013 году Макао посетили около 30 тысяч туристов из России.

Немаловажное значение отведено и развитию приграничного туризма, где наиболее перспективные варианты развития въездного туризма (в частности, в Приморском крае) - деловой, круизный, событийный, образовательный (обучение русскому языку), научный и экологический виды туризма. Развитие въездного туризма будет обеспечиваться, как и прежде, за счет туристских рынков стран АТР, который является одним из самых динамично развивающихся туристских регионов мира (его доля в мировом туризме по доходам выросла за последние 40 лет с 3% до 18%). Выход Приморья к АТР является важным фактором для развития российской туристской индустрии [5].

Для взаимного сотрудничества между Россией и Китаем в области туризма уже предпринимается большое количество мер. Строительство объектов инфраструктуры, создание российско-китайского туристского союза, наличие программ по учебному, культурному обмену, расширение географии регулярных рейсов, рекламы городов и их достопримечательностей, упрощение визового режима в значительной мере способствуют и будут способствовать развитию туристских отношений данных стран. Однако проблемы, связанные с ценами, качеством оказываемых услуг, слабой информационной базой и недостатком профессионалов и переводчиков, остаются актуальными и требуют скорейшего решения.

Список использованных источников

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова - М.: Аспект Пресс, 2010. – 470 с.
2. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма/ А. В. Бабкин - Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. - 252 с.
3. Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков -СПб.: Издательский дом "Герда", 2011. - 192 с
4. Российский союз туристской индустрии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ratanews.ru/>
5. Сазыкин, А.М. Перспективы развития въездного туризма Приморского края// А.М.Сазыкин, А.А.Глушко / Туризм и региональное развитие. Материалы 2-й Международной научно-практической конференции 14-25 мая 2002 г.- Смоленск, 2002.- С.320-32.
6. РИА Новости [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://ria.ru/vl/20130518/937995587.html#ixzz349zZdP2t>. – Загл. с экрана.
7. Федеральное агентство по туризму Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://www.russiatourism.ru>. – Загл. с экрана.

ПРОБЛЕМЫ СОКРАЩЕНИЯ РЫНКА ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Галкина М. – студентка, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В современных условиях хозяйствования лизинг выступает в качестве одного из самых удобных и доступных методов финансирования предприятий. Рассматриваемый способ предполагает аренду предмета лизинга с возможностью его последующего выкупа по остаточной стоимости, если таковая имеется.

В России лизинг применяется ненамного широко как в большинстве стран с развитой рыночной экономикой. Например, к 2013 году на долю США приходилось 39,7% от общего объема нового лизингового бизнеса в мире, а около 30% всех инвестиций в оборудование и транспортные средства осуществляются в виде лизинговых операций [1].

Для нашего государства этот инструмент является относительно новым и еще не имеет достаточной нормативной базы. Тем не менее, до недавнего времени, рынок лизинговых услуг демонстрировал устойчивую тенденцию к развитию [2].

В настоящее время непростая политическая обстановка, санкции в отношении России, прекращение доступа к дешевому долгосрочному западному кредитованию и резкое падение курса рубля крайне усложнили ситуацию для российских лизинговых компаний. В связи с чем, ранее динамично развивающийся рынок лизинга начал сокращаться.

Помимо сворачивания инвестиционной деятельности и замораживания крупных сделок, компании столкнулись с удорожанием кредитов и снижением платежеспособности клиентов. Удорожание и сокращение объемов банковского кредитования подтолкнули компании к повышению авансов и задействованию собственных средств, при финансировании сделок.

По данным исследования рейтингового агентства «Эксперт-Ра» в 2014 году сумма новых договоров лизинга сократилась на 23% и составила 1 трлн. рублей, а объем нового бизнеса (стоимость лизингового имущества) уменьшился на 13% и составил 680 млрд. рублей [3].

Наибольшие потери несут крупные сегменты: железнодорожная техника, авиатехника, легковой и грузовой автотранспорт, а также строительная техника.

Лизинг авиатехники больше, чем другие сегменты, зависит от партнерских связей с иностранным бизнесом, с которым до сих пор отношения остаются напряженными.

Лизинг железнодорожной техники, лидирующей отрасли в 2010-2011 годах, продолжит свое стремительное падение за счет сокращения грузоперевозок, а также наметившейся тенденции перепроизводства вагонов.

Точкой поддержки является автолизинг, с прогнозируемыми экспертами нулевыми темпами прироста. Инструмент остается действенным, так как для большинства компаний это является единственным законным инструментом для оптимизации налогооблагаемой базы.

В итоге со стороны клиентов увеличился спрос на возвратный лизинг, который является наименее рискованным и наиболее эффективным для предприятия источником пополнения средств в условиях нехватки ликвидности. Поясним, что при возвратном лизинге лизингополучатель одновременно выступает и продавцом лизингового имущества. Другими словами, организация продает свое имущество (производственное оборудование, недвижимость, спецтехнику или транспорт) лизинговой компании и одновременно заключает с ней договор, по условиям которого получает это же имущество в аренду [4].

Однако не стоит забывать, что лизингодатели также испытывают проблемы с ликвидностью и нередко вынуждены отказывать в предоставлении такой услуги, тем самым теряя потенциального клиента.

Один из способов борьбы с возникшей ситуацией может быть импортозамещение - главный экономический ориентир государства в санкционной борьбе с Западом.

Несмотря на давление со стороны Запада промышленность России за 2014 год выросла примерно на 2 процента. Санкции в некоторой мере дали толчок к увеличению отечественного производства.

Очень интересное окно возможностей открывается сейчас для нашей гражданской авиации. Два главных российских проекта – самолеты «Сухой Суперджет 100» и МС-21 – с одной стороны, зависят от импортных комплектующих, а, с другой стороны, становятся теперь очень конкурентоспособными по цене. [5]

В то же время для развития отечественного производства компаниям требуются займы, и опять идет возврат к тому, что в условиях кризиса и, главное, повышения процентной ставки до 17%, а сейчас — 15%, компании — инициаторы подобных проектов – просто не могут взять рыночный кредит.

К тому же, в лизинг предприятия берут оборудование, которое не имеет аналогов в Российской Федерации. В данном случае отрицательная черта импортозамещения ярко выражена: недостаточность научно-технического прогресса.

Еще один метод, используемый в лизинговых компаниях – эффект отложенного спроса, который основан в данном случае на том, что на исполнение лизингового контракта требуется не менее полугода, а для железнодорожного транспорта и вовсе около двух лет. Эффект отложенного спроса являлся одним из драйверов в 2011 году, когда лизинговые компании столкнулись с ужесточением банками условий кредитования. Однако данный способ может выручить лишь сектора с долговременным оформлением и поставкой (например, железнодорожный, авиа и водный транспорт).

На пользу лизинговым компаниям может сыграть эффект компенсации.

В то время как банки ожесточают условия кредитования или вообще перестают выдавать кредиты, клиенты могут использовать лизинговые схемы. Лизинг является более гибким инструментом финансирования, чем кредит, и предмет финансовой аренды всегда выступает залогом, поэтому бизнесмену зачастую проще приобрести автомобиль или оборудование на условиях финансовой аренды, чем в кредит.

В данном случае основная проблема в том, что у лизинговой компании может не хватить ресурсов, чтобы удовлетворить спрос.

В России компании в основном используют финансовый лизинг. Теоретически, в условиях финансово нестабильности, для лизингополучателей альтернативой финансовому лизингу может стать оперативный, по сути, представляющий собой аренду оборудования у лизингодателя на сравнительно короткие сроки. При этом предмет лизинга остается на балансе лизинговой компании, она же несет расходы по его обслуживанию.

Отрицательной чертой такого подхода являются высокие цены на услуги оперативного лизинга, что делает его малопривлекательным для малого и среднего бизнеса. Еще один сдерживающий фактор – традиционный подход к приобретению имущества российских предпринимателей, которые предпочитают в итоге владеть им, а не арендовать.

Таким образом, можно утверждать, что при данных условиях экономики очень сложно выбрать метод для улучшения состояния рынка лизинга, так как по своей сути не один из методов не является компромиссным для лизинговой компании и бизнесменов.

Возможно, импортозамещение со временем может реанимировать данный инструмент. Ведь несмотря на существенные минусы метода есть фактор, который может оказаться решающим: к лизингу отечественного оборудования клиентов сегодня подталкивает удорожание иностранных аналогов из-за роста курса валют.

Список использованных источников

1. Газман, В. Д. Лизинг: статистика развития / В.Д. Газман, Н.И. Берзон, Б.Е. Курцман. – М.:ГУ ВШЭ, 2013.
2. История лизинга в России [Электронный ресурс]: офиц.сайт. Режим доступа: <http://alfaleasing.ru/wiki-leasing/obshchie-voprosy/istoriya-lizinga-v-rossii/>
3. «Эксперт РА» ждет спада на рынке лизинга в 2015 году даже по оптимистичному сценарию [Электронный ресурс]: офиц.сайт. Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=7865799>
4. Словарь банковских терминов и экономических понятий. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.banki.ru/wikibank/>
5. Взгляд. Русские гражданские самолеты, курс на импортозамещение[Электронный ресурс]: офиц.сайт. Режим доступа: <http://www.vz.ru/opinions /2015/1/30/727014.html>

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ВУЗА: МИРОВОЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Гильд А. – студентка, Баранова Е.В. – старший преподаватель

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

На сегодняшний день одна из основных тенденций развития социума в современных условиях – ускоряющийся рост мобильности, проявляющийся в таких сферах как туризм, информационное обеспечение, рабочая сила и т.д. Высшее образование не стало исключением, что влечет за собой и рост академической мобильности. В этом плане границы многих стран становятся все более прозрачными, и рынок услуг в сфере образования в этом плане иногда опережает другие экономические сферы. Возникает ситуация, при которой все высшие учебные заведения страны функционируют в условиях международной конкуренции.

Известно, что под услугами понимается деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности. В свою очередь, образовательные услуги – это услуги, которые предоставляются в процессе осуществления образовательной деятельности, результатом которой является достижение гражданами определенного уровня воспитания и обучения.

Как и любой товар или услуга, образовательные услуги требуют определенного внимания с точки зрения их продвижения на рынок. И в данном случае речь идет о таком понятии как маркетинговая стратегия. Маркетинговая стратегия – один из элементов стратегии функционирования объекта, который направлен на разработку, производство и доведение до потребителя товаров и услуг, наиболее соответствующих его потребностям.

Существует стратегия привлечения покупателей и стратегия продвижения продукта (услуги). Образовательная программа и есть тот продукт, с которым высшее учебное заведение появляется на рынках. Эти программы предлагаются как их непосредственным потребителям – студентам и слушателям, так и опосредованно, через своих выпускников, рынку труда и государственным органам. ВУЗ напрямую заинтересован в том, чтобы его образовательные программы как можно в большей степени соответствовали требованиям рынка труда, а выпускники как можно полнее усваивали учебную программу. Более того, ВУЗ заинтересован в продвижении своих продуктов. И здесь становится очевидным необходимость применения маркетинговых стратегий.

Маркетинговая стратегия любого высшего учебного заведения включает в себя определенные действия и шаги в различных направлениях. основополагающими являются: обеспечение привлекательности ВУЗа для иностранных студентов, интернет-маркетинг и брендинг ВУЗа. Остановимся подробнее на каждом из них [3].

Более ста тысяч студентов из разных стран ежегодно приезжают в Россию, чтобы получить высшее образование. Однако этот показатель низок по сравнению с европейскими странами. По этой причине для многих ВУЗов стоит задача поиска оптимальных методов повышения привлекательности российского образования для иностранных студентов.

Федорова Е.П. предлагает выделить группы агентов, которые способны повлиять на уровень привлекательности учебного заведения. Первый тип агентов – администрация ВУЗа. Это основополагающий орган, принимающий окончательные решения по всем вопросам, принимающий и отвергающий различные предложения. Второй тип агентов – преподаватели и инструкторы. Эти люди, как правило, владеют иностранными языками и имеют определенный опыт работы за рубежом, а, следовательно, могут практически откорректировать все действия по работе с иностранными студентами. Третий тип агентов – студенты. Они – лицо учебного заведения, более того, они обладают большей коммуникабельностью и способны представить ВУЗ с лучшей стороны [4].

Учебное заведение может также повысить уровень привлекательности за счет использования методов адаптации студентов по различным направлениям. Сюда относят психофизиологические трудности, связанные с погружением личности в новую психологическую, эмоциональную среду; учебно-познавательные трудности, которые связаны с недостаточным владением языком, преодолением различий в системах

образования; адаптацией к новым требованиям и системе оценки знаний; графиком учебного процесса; социокультурные трудности, связанные с освоением нового социального и культурного пространства ВУЗа; решении коммуникативных проблем как с администрацией факультета, преподавателями и сотрудниками, так и в процессе межличностного общения.

Важное значение имеют совместные образовательные программы с иностранными ВУЗами. Наличие таких программ способствует повышению уровня доверия иностранных граждан к российским учебным заведениям.

Интернет-маркетинг - это совокупность мероприятий, которые способствуют продвижению и продаже на рынке товаров и услуг с помощью сетевых технологий Интернет.

Чтобы добиться значительного эффекта применения интернет-маркетинга для высшего учебного заведения следует использовать следующие позиции: самостоятельные сайты, подсайты и подразделы главного сайта образовательных подразделений и социальные сети, блоги, электронную почту и т.д. Главными преимуществами интернет-маркетинга являются: доступность, неограниченность потребителя к информации, низкие транзакционные издержки [2].

В сети Интернет можно размещать вся актуальная информация, которая может заинтересовать как студентов, так и их родителей (программы обучения, гранты, возможности, стоимость образования, перспективы профессий, статистика за предыдущие годы). Также, интернет-маркетинг поможет легко наладить обратную связь, что также крайне необходимо для повышения привлекательности ВУЗа. В продвижении образовательных услуг интернет-маркетинг может включать в себя такие элементы системы как: медийная реклама, контекстная реклама, поисковый маркетинг, прямой маркетинг, мобильный маркетинг, социальный маркетинг, тайм-маркетинг, доверительный маркетинг [5].

Важным инструментом маркетинга образовательных услуг является брендинг. Брендинг образовательного учреждения – это совокупность приемов, способов и методов создания бренда вуза и его дальнейшее продвижение. Он подразумевает позиционирование учебного заведения, формирование его индивидуальных черт, создание атрибутов, управление и продвижение бренда ВУЗа [1].

Именно здесь прослеживается четкая взаимосвязь между тремя рассмотренными выше направлениями маркетинговой стратегии. Повышение привлекательности ВУЗа для иностранных студентов может достигаться при интенсивном использовании интернет-маркетинга. Наличие иностранных студентов положительно влияет на бренд учебного заведения, а известный бренд в свою очередь ускоряет процессы распространения информации, получения обратной связи и реализации масштабных проектов.

Одним из наиболее успешных примеров применения маркетинговой стратегии как внутри страны, так и за рубежом, является Калабрийский университет (Италия). Он был создан в 1972 году. Однако, несмотря на отличную образовательную программу, быстрое развитие университета, большая часть абитуриентов уезжала на Север страны для получения образования. Реализация маркетинговой стратегии заключалась в создании ресурсов для продвижения регионального и международного. Было принято решение создать крупный кампус при университете (комплекс общежитий для студентов со всеми прилегающими удобствами), функционирующий не только для студентов, но и школьников выпускных классов, их родителей и т.д. С помощью интернет-маркетинга информация о деятельности и возможностях университета всевозможными способами размещается в сети Интернет. Специальные условия проживания и обучения привлекли иностранных студентов, а сам кампус стал брендовым атрибутом для университета. Кампания по маркетингу, начавшаяся в 1999 году, привела к значительным результатам. Прием студентов в Калабрийский университет увеличился. В данный момент университет работает на пределе возможностей своей структуры, абитуриенты подают больше заявлений, чем количество мест. Успех маркетинговой кампании Калабрийского университета комментируется как на национальном, так и на международном уровне.

В заключение хочется отметить, что только комплексная реализация маркетинговой стратегии позволит выйти любому высшему учебному заведению на новый высокий уровень среди своих конкурентов.

Список использованных источников

1. Лухменева, Е.П., Калиева, О.М. Особенности формирования и продвижения бренда ВУЗа// Вестник ОГУ. -№13. - С.228 - 231
2. Макарец, А.Б, Неретина, Е.А. WEB-сайт ВУЗа как важный инструмент маркетинговых коммуникаций// Вестник Южно-Уральского государственного университета.- 2009.- № 41. – С.85-94
3. Стратегия ВУЗа: маркетинговый аспект [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/ihe_strategy.htm.-Загл. с экрана
4. Федорова, Е.П. Иностранцы студенты в Российском ВУЗе [Электронный ресурс].- Электронные данные. -Режим доступа: <http://www.econorus.org/onim/upload/uvvj.pdf>. - Загл. с экрана
5. Шевченко, Д.А. Интернет-маркетинг вуза: новые принципы клиентоориентированного маркетинга //Практический маркетинг. – 2014. – № 08. – С. 15-21.

ЭНЕРГОСЫРЬЕВАЯ ПРОБЛЕМА В МИРОВОЙ И РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Гильд А.А., - студент, Баранова Е.В. – старший преподаватель

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Одна из современных глобальных проблем мировой экономики - проблема нехватки природных ресурсов. Очевидна тенденция увеличения в ВВП все большего количества стран удельного веса продукции отраслей, производящих знания и информационные технологии, и снижения потребностей в сырье и материалах по причине вхождения этих государств в стадию постиндустриального инновационного развития. Несмотря на указанную тенденцию, наличие энергосырьевых ресурсов и технологии их использования – весьма актуальная экономическая проблема. Совокупные затраты на сырье составляют более 50% от величины валового мирового продукта, а в мировом промышленном производстве этот удельный вес превышает 70%.

При описании энергосырьевой проблемы достаточно часто упоминается термин «ограниченность сырья», представляющий собой «конечность, редкость, дефицитность ресурсов, доступных человеку и человечеству в каждый конкретный момент, относительную их недостаточность в сравнении с безграничными человеческими потребностями, для удовлетворения которых эти ресурсы употребляются» [2].

В XX веке потребление ископаемого топлива увеличилось в 30 раз, а объем мирового промышленного производства вырос в 50 раз. При этом именно на вторую половину XX века приходится около трех четвертей роста этого потребления топлива и 80% увеличения объема промышленного производства [2].

По причине дальнейшего создания массы энергоемких производств, роста численности населения Земли и увеличения среднестатистических потребностей человека человечество все в большей степени приближается к ситуации энергосырьевого голода. По некоторым оценкам, при современном уровне потребления угля хватит на ближайшие 200 лет, нефти — на 90 лет, природного газа — на 70 лет, а урана — на 27 лет. Кроме того, предполагается, что через несколько лет спрос на сырье в мире увеличится в 3 раза по сравнению с сегодняшним уровнем. Уже сейчас во многих странах мира богатые месторождения отдельных видов природных ископаемых выработаны до конца или близки к истощению. Если потребление сырья будет расти сегодняшними темпами, то все его виды, используемые сейчас, будут истрачены через 130-200 лет, то есть к началу XXII века [2].

Во многих развивающихся странах, идущих по пути индустриального развития, по мере ускорения экономического роста увеличивается потребление природных ресурсов. Национальная энергосырьевая безопасность становится предметом все большей озабоченности многих стран нетто-импортеров, не только развивающихся, но и развитых, в частности, Китая, многих стран Европы, США и пр.

Значительное число предприятий, работающих в металлургической, химической отраслях, нефтепереработке большинства развивающихся стран, используют так называемые «традиционные», то есть устаревшие технологии, оказывают негативное влияние окружающую среду: воздух, почву, водные, лесные, биологические и климатические ресурсы Земли. Более того, стойкое увеличение количества техногенных катастроф в процессе нефтедобычи на морских шельфах, транспортировки нефти и продуктов ее переработки, а также рост протяженности газо- и нефтетранспортных сетей приводит к дальнейшему загрязнению Мирового океана и суши [2].

В целом, к факторам обострения глобальной энергосырьевой проблемы можно отнести следующие:

- истощение разрабатываемых в настоящее время месторождений сырьевых ресурсов;
- ограниченность существующих разведанных запасов сырья;
- удорожание добычи сырья во вновь открытых месторождениях;
- увеличение территориального разрыва между местами залегания/добычи и потребления ресурсов, приводящее к росту его стоимости и обострению транспортно-экологических проблем;
- неэффективное использование сырья, высокий уровень энергопотребления [2].

Для России решение энергосырьевой проблемы имеет огромное значение. Очевидно, что в международном разделении труда РФ специализируется на вывозе продукции отраслей добывающего сектора и ввозе продукции отраслей сельского хозяйства и обрабатывающей промышленности. Основные товары российского экспорта представлены нефтью и нефтепродуктами, природным газом и металлами. Потенциал этих ресурсов России уникален: располагая 2,8 % населения и 12,8 % территории мира, Россия обладает 30 % мировых запасов ТЭР [1].

Устоявшаяся зависимость российской экономики от экспорта энергосырьевых ресурсов демонстрирует значительную степень ее уязвимости от конъюнктуры мирового рынка, цены на котором очень волатильны. При этом огромную роль в амплитуде этих колебаний играет слабо прогнозируемый политический и военный фактор. В связи с этим огромное значение для экономики страны имеет минерально-сырьевая (ресурсная) безопасность, которая может быть определена как система эффективных мер по формированию условий самообеспечения государства, отдельного его региона или отрасли разнообразными ресурсами на уровне оптимальных потребностей, когда с определенной степенью вероятности исключена угроза причинения вреда потребителям всех видов минеральных ресурсов [1].

В 2009 году в России была принята Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. Целевым ориентиром Энергетической стратегии является снижение зависимости экономики от энергетического сектора за счет развития инновационных малоэнергоемких секторов экономики и реализации политики энергосбережения [3]. В частности, к 2030 году поставлены задачи снижения к уровню 2005 года следующих индикаторов:

- доли ТЭК в ВВП и доли ТЭР в экспорте - не менее чем в 1,7 раза;
- доли экспорта ТЭР в ВВП - более чем в 3 раза;
- доли капиталовложений в ТЭК в % к ВВП - не менее чем в 1,4 раза, их доли в общем объеме капиталовложений - более чем в 2 раза;
- удельной энергоемкости ВВП - более чем в 2 раза;
- удельной электроемкости ВВП - не менее чем в 1,6 раза [3].

Помимо этого, в России в последнее время был принят ряд других стратегических документов в указанной сфере, к которым относится Стратегия развития геологической отрасли до 2030 года, Стратегия изучения и освоения нефтегазового потенциала

континентального шельфа РФ на период до 2030 года. Особо следует отметить Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014г. №322 “Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Воспроизводство и использование природных ресурсов”.

Немаловажным является и осознание того факта, что, помимо федерального уровня, необходима разработка и формирование стратегических программ энергосырьевой безопасности на региональном уровне.

Список использованных источников:

1. Воробьев, А.Е. Национальная минерально-сырьевая безопасность России: современные проблемы и перспективы: учебник/ А.Е. Воробьев, Г.А. Балыхин, В.И. Комашенко.- М.: Высш.шк., 2007.- 471 с.

2. Ломакин, В.К. Мировая экономика: учебник для студентов вузов/ В.К. Ломакин.- 3-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 671 с.

3. Распоряжение Правительства РФ от 13.11.2009 г. «Об Энергетической стратегии России на период до 2030 года».

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА

Горлова А. – студент, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Предприятия во все времена видели в брендинге своей продукции большую пользу, ведь это позволяет им выделяться среди своих конкурентов, даже если товар идентичен по своим физическим свойствам, а также устанавливать более высокие цены. С недавних пор города, регионы и страны переняли эту привлекательную идею создания собственного уникального бренда, что стало называться территориальным брендингом или брендингом мест. Территории всегда занимались своим продвижением, иногда даже неосознанно (примером служат множество городов, которые привлекали паломников расположением в них святых мощей), но с начала XXI века оно стало приобретать более четкие формы, а конкуренция между территориями возрастает с каждым годом на всех уровнях – от локального до глобального [1, С. 167]. Объектом конкуренции обычно выступают ресурсы – человеческие, финансовые, природные, инновационные, материальные и другие.

Бренд территории – это совокупность уникальных качеств и ценностей, которые отражают неповторимые характеристики данной территории и ее своеобразие. Создание бренда направлено на установление стабильного спроса потребителей и получение общественного признания. Признание формируется за счет ощущений и впечатлений, полученных от личного взаимодействия с местом; образа, полученного через различные литературные произведения, кинофильмы, предметы искусства, новостные программы и так далее; политики, проводимой местом, различных мероприятий и проектов. Исходя из этого, выделяют три основных инструмента территориального брендинга: использование личностных ассоциаций; строительство и дизайн уникальных объектов; проведение масштабных мероприятий [2, С. 10].

Первый инструмент - использование личностных ассоциаций. Оно заключается в том, что территория в поисках своих уникальных качеств начинает активно связывать себя в умах общественности с каким-либо известным человеком в надежде на то, что его достижения и индивидуальность начнут ассоциироваться с продвигаемой территорией. Этот метод можно было бы назвать «маневром Гауди», так как использование Барселоной Гауди в своей брендинговой стратегии в 1980-х является одним из самых успешных примеров. Теперь имя уникального архитектора неотделимо от названия города и приносит Каталонии доходы от туризма.

Безусловно, это не первый и не последний пример использования личностных ассоциаций. Таким образом «зарабатывают»: Фигерас, известный как место рождения художника Сальвадора Дали; Зальцбург, бывший местом проживания виртуозного композитора Моцарта; Мемфис, популярный в основном благодаря Элвису Пресли; Йоркшир, использующий имя писательницы Шарлотты Бронте, и многие другие. Более того, предметом брендинга могут являться не только реально существовавшие личности, но и мифические персонажи: король Артур приводит туристов в Винчестер, а Санта Клаус на Аляску и в Финляндию. В России подобным примером служит Дед Мороз, живущий в Великом Устюге. Часто бывает, что личности, связанные с территорией, приносят ей негативную славу. Тот факт, что Гитлер родом из города Браунау в Австрии, а также то, что в Чикаго вел свою криминальную деятельность Аль Капоне, прививают городу плохой имидж. От таких стереотипов и ассоциаций маркетологи стараются отходить. Существует мнение, что личностные ассоциации – это очень легкий и прямой метод создания бренда, так как часто известный человек начинает автоматически ассоциироваться у людей с городом, в котором он родился и занимался своей деятельностью, приносить денежные средства экономике территории и в частности туристической сфере, для этого не нужно прилагать больших усилий. Однако в опровержение этому можно вспомнить город Роттердам в Голландии. После Второй Мировой Войны этот город успешно позиционировал себя как город новизны, прогресса и быстро развивающейся промышленности. Однако Роттердаму приходилось конкурировать с другими голландскими городами, к концу XX века оказалось, что такой имидж не приносит успеха. Город нуждался в ребрендинге и было решено связать его с именем философа Эразма Дезидерия. Он родился в пригороде Роттердама, но большую часть жизни работал в Кэмбридже, Венеции и Париже. Жители Роттердама также мало знают о деятельности философа. Дополнительная сложность заключалась в том, что в данном случае нет никаких визуальных достопримечательностей, картин, зданий, ассоциирующихся с Дезидерием. Тогда маркетологи решили продавать черные береты, которые любил носить философ, в качестве сувениров. Такая стратегия начинает приносить свои плоды, но в полной мере оценить на сколько эффективен такой имидж для города, остающегося современным портом и развивающимся центром торговли пока в полной мере нельзя [2, С. 13].

Второй, достаточно эффективный, инструмент брендинга - строительство и дизайн уникальных объектов. Самыми популярными примерами в этом случае являются Колизей в Риме, Парфенон в Афинах, Красная площадь в Москве, Биг Бен в Лондоне. Это места, которые многие мечтают посетить и сразу вызывают мысль о территории, на которой расположены. Обычно они служат общественности в качестве музеев или выставок, там могут проводиться различные мероприятия и представления. Такие архитектурные флагманы обязаны своим успехом двум вещам. Во-первых, строение должно быть уникально и узнаваемо. Не всегда важно, чтобы здание или исторический памятник был эстетически красив, необходимо, чтобы о нем говорили. Самым простым способом считается строительство «самого высокого здания». Многие пытаются построить высочайший небоскреб с платными смотровыми площадками, что, несомненно, привлекает туристов: Эмпайр Стейт Билдинг в Нью-Йорке, Башни Петронас в Куала Лумпуре, Бурдж-Халифа в Дубае. Во-вторых, создатель такой достопримечательности по важности практически не уступает самому строению. Важно, что Рейхстаг в Берлине построил Фостер, а Центр Помпиду в Париже – Роджерс. Функциональная эффективность и красота зданий отходят в этом случае на второй план [2, С.14].

В рамках данного метода для продвижения территорий иногда используется уникальный дизайн. В этом случае улицы, здания, элементы строений оформляются в одном стиле, что создает уникальную атмосферу города. Город сразу же начинает отличаться от других, становится узнаваемым. Так, в городе Гронинген большое количество строений было построено итальянскими архитекторами, чтобы «итальянизировать» город и отойти от модернистского стиля.

Третьим инструментом брендинга является проведение крупных мероприятий, чтобы напомнить о существовании территории и установить особые смысловые связи (чаще всего это ассоциации с темой мероприятия и частично с его организацией). Чем крупнее, глобальнее мероприятие, тем больше возможность того, что место проведения запомнится людям на долго и будет ассоциироваться с успешностью и большими возможностями. Если в городе часто проводятся фестивали искусств, он даже может заслужить в народе звание Города Культуры. Большой честью является проведение Олимпийских игр, причем важен не только сам факт, но и качество организации. Так прославились Лондон, Пекин, Сочи и Солт Лейк Сити. Такие мероприятия сильно воздействуют на экономику. Они требуют колоссальных затрат, однако в случае успеха приносят территориям большую выгоду, а именно доходы от увеличивающегося количества туристов, инвестиции в развитие инфраструктуры, приток квалифицированных кадров и предпринимателей, повышение спроса на продукцию, производимую предприятиями территории [3, С.234].

Существуют другие приемы и инструменты брендинга. Например, некоторые территории имеют выгодное месторасположение, располагают уникальной природой и ресурсами. К таким территориям можно отнести Алтайский край. Заповедники, заказники, редкие животные и растения – эти сокровища стали визитной карточкой региона, основой бренда и успешно привлекают в край туристов и инвесторов [4].

Проанализировав и сравнив между собой основные инструменты брендинга, нельзя выделить какой-то один. Все приведенные методы имеют как преимущества, так и недостатки. К каждому из них можно привести массу положительных примеров, но отрицательных еще больше. Каждый из инструментов может показаться простым в использовании на первый взгляд, но гораздо сложнее при тщательном рассмотрении. Так, у маркетологов возникает множество проблем при применении личностных ассоциаций, так как часто известная личность приносит территории эффект противоположный ожидаемому. При строительстве уникальных объектов часто получается так, что строения призванные выделить место среди других переживают ту кампанию, которой должны служить. Проведение большинства мероприятий не оправдывает себя, так как они слишком малы, чтобы привлечь на территорию новые ресурсы или стать основой имиджа.

Формирование бренда – всегда большой риск, так как результат проявляется не сразу и может стать совершенно неожиданным [2, С.20]. Существует только одна рекомендация для территорий, решающих заняться брендингом – найти уникальную черту, которая будет выделять среди других, и использовать в собственной стратегии удачный мировой опыт. Однако и в этом случае появляется проблема: власти учатся друг у друга привлекать инвесторов и туристов, поэтому по мере развития территорий качества, бывшие некогда уникальными, становятся все более схожими. Наиболее положительные результаты дает комбинирование между собой разных инструментов брендинга. В этом случае сложность восприятия целевой аудиторией – для людей более привлекательны простые бренды, а замысловатое сочетание идей может противоречить друг другу и вызвать огорчение жителей [1, С.167].

Также необходимо отметить, что бренд – это не просто плод воображения маркетологов. В процесс формирования бренда вовлекаются сложные исследования, оценка атрибутов территории, которые могут привить ей позитивное восприятие. В создании бренда участвуют не только власти, но и население, предприниматели, держатели акций предприятий, находящихся в исследуемом регионе. Имидж не должен навязываться «сверху», в его формировании должны участвовать те, кто имеет связанные с ним собственные экономические интересы [5, С. 18].

Таким образом, подводя итог, можно утверждать, что не существует универсального пути достижения успеха в территориальном брендинге. На основе одного инструмента редко можно сформировать хороший бренд, и даже их сочетание всегда нуждается в поддержке различных маркетинговых мероприятий. Эффект, который произведет бренд, может быть непредсказуемым и зависеть от случайных событий. Необходимо также наличие и выделение

у территории особенных, уникальных качеств. Если проводимая стратегия будет признана мировой общественностью, территориальный бренд может стать эффективной формой управления территорией, а также хорошим средством привлечения новых ресурсов и повышения привлекательности.

Список использованных источников:

1. Демьяненко, А.Н., Украинский, В.Н. Брендинг мест: зарубежный опыт и мутации на российской почве // Пространственная экономика. – 2013. – №4. – с. 164-179.
2. Ashworth, G.J. The Instruments of Place Branding: How Is It Done? // European Spatial Research and Policy. – 2009. – №1. – P. 9-22.
3. Oliveiro, E. Instruments of Place Branding and Regional Dinamics // Innovation and Regional Dinamics. – 2012. - №6. – P. 232-242.
4. Заповедные места Алтая в рекламе [Электронный ресурс] / Региональный портал о рекламе. – 2013. – Режим доступа: http://rekportal.ru/works/socialnaya_reklama/zapovednye-mesta-altaya-v-reklame/ - Загл. с экрана.
5. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под ред. Кейта Динни. М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2013. – 336 с.

ПРОБЛЕМА ВНЕШНЕГО ДОЛГА В ЭКОНОМИКЕ РФ

Демченко Л.Ю. – студентка, Баранова Е.В. – старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

Одна из самых важных задач в области обеспечения финансовой безопасности любого современного государства – это нахождение оптимального баланса между международными заимствованиями на приемлемых и выгодных условиях и степенью зависимости государства-заемщика от иностранных кредиторов. И, безусловно, проблемы, связанные с управлением внешними долговыми обязательствами РФ, не потеряли своей актуальности в современных реалиях.

Внешний долг – часть общей задолженности субъектов экономической деятельности в стране, приходящаяся на иностранных кредиторов. После распада СССР внешний долг России возростал и достиг в тот момент своего максимума в 1998 году - 146,4 % от ВВП страны. После 1998 года началось снижение этой величины, и к 2008 году внешний долг составлял 5% от ВВП страны.

Рассмотрим структуру государственного внешнего долга РФ в настоящее время.

Таблица 1 – Структура государственного внешнего долга РФ на 1 января 2015 г., млн. долларов США

Категория долга	Значение
Государственный внешний долг РФ (включая обязательства бывшего СССР, принятые РФ)	54 355,4
Задолженность перед официальными двусторонними кредиторами - членами Парижского клуба, не являющаяся предметом реструктуризации	46,1
Задолженность перед официальными двусторонними кредиторами - не членами Парижского клуба	886,5
Задолженность перед официальными двусторонними кредиторами - бывшими странами СЭВ	866,5
Задолженность перед официальными многосторонними кредиторами	1 172,1
Задолженность по внешним облигационным займам	39 275,3
внешний облигационный заем с погашением в 2015 году	2 000,0
внешний облигационный заем с погашением в 2017 году	2 000,0
внешний облигационный заем с погашением в 2018 году	3 466,4

внешний облигационный заем с погашением в 2019 году	1 500,0
внешний облигационный заем с погашением в 2020 году	3 500,0
внешний облигационный заем с погашением в 2020 году	911,1
внешний облигационный заем с погашением в 2022 году	2 000,0
внешний облигационный заем с погашением в 2023 году	3 000,0
внешний облигационный заем с погашением в 2028 году	2 499,9
внешний облигационный заем с погашением в 2030 году	13 897,9
внешний облигационный заем с погашением в 2042 году	3 000,0
внешний облигационный заем с погашением в 2043 году	1 500,0
Задолженность по ОВГВЗ	5,5
Прочая задолженность	20,2
Государственные гарантии РФ в иностранной валюте	12 083,2
Источник: [2]	

Безусловно, при сопоставлении величины внешнего государственного долга на сегодняшний момент (54 355,4 млн. долларов) с его размером в 1990 году (159 млрд. долларов), на поверхности лежит положительная динамика показателя. В данный момент РФ исправно обслуживает свои внешние обязательства.

В данный период времени правительство и общественность РФ осознают важность обслуживания внешних обязательств. В системе управления государственным долгом должна быть создана система учета государственных долговых обязательств, основной целью которой будет являться постепенное снижение зависимости государственного бюджета от дальнейших заимствований. Для этого в первую очередь нужно повышать эффективность государственных внешних и внутренних заимствований и заниматься оптимизацией структуры долговых обязательств. Инструментом для решения такого рода задачи будет являться создание единой структуры, в полномочия которой будет входить управление государственным долгом, для чего требуется разработка единой централизованной системы анализа и управления рисками государственных заимствований, а также системы учета долговых обязательств региональных и муниципальных властей и заимствований частного сектора.

Россия некоторую часть внешнего долга погашает с помощью товарных поставок. Использование этих средств для погашения внешней задолженности РФ перед иностранными государствами связано с экономической поддержкой отечественных товаропроизводителей, устойчивой позиции страны на мировом рынке и с увеличением налоговых поступлений в бюджет.

Уменьшение размера внешней задолженности России является задачей стратегического характера. Без ее решения маловероятно обеспечить необходимые условия для долгосрочного хозяйственного подъема и поддержания устойчивости всей социально-экономической системы страны. Поэтому усилия, предпринимаемые в настоящее время российским правительством в этом направлении, следует признать не просто верными и оправданными, но и по сути дела безальтернативными. Причем речь не обязательно должна идти о списании долга. Необходима активная проработка всех возможных вариантов существенного снижения внешнего долга России.

Список используемых источников:

1. Герчикова, И.Н. Международные экономические организации: регулирование мирохозяйственных связей и предпринимательской деятельности.- М.: Консалтбанкир, 2000.
2. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Москва, 2015. – Режим доступа: http://www.minfin.ru/ru/performance/public_debt/external/structure/. – Загл. с экрана.

СЛОЖНОСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Елизарова А.А. – студент, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В современных кризисных условиях невозможно однозначно сказать, как влияет процесс импортозамещения на отечественную экономику. В мировой истории известны различные последствия проведения политики импортозамещения на государственном уровне. Уточним, что под импортозамещением мы будем понимать уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства, выпуска в стране того же или аналогичных товаров [1].

При оценке эффекта импортозамещения необходимо учитывать риски проведения данной политики для экономики страны и ее регионов. Среди основных рисков можно выделить следующие:

- снижение конкурентоспособности, особенно ИТ-индустрии за счет устранения конкуренции с ведущими зарубежными поставщиками;
- снижение эффективности экономики страны в целом в случае, если решения национальных производителей уступают по качеству решениям зарубежных конкурентов;
- увеличение нагрузки на бюджет.

В то же время, поэтапно развивающееся, и научно обоснованное импортозамещение может обеспечить:

- рост занятости населения и, как следствие, снижение безработицы и повышение уровня жизни;
- повышение уровня научно-технического прогресса;
- укрепление экономической и военной безопасности страны;
- рост спроса на товары внутреннего производства, что в свою очередь стимулирует развитие экономики страны, расширение производственных мощностей;
- сохранение капитала внутри страны, возможности для инвестирования;
- формирование положительного сальдо торгового сальдо страны (расширение экспортного потенциала).

На наш взгляд, недостаточно просто ограничить импорт, необходимо кардинальным образом пересмотреть экономическую политику государства в целом.

Импортозамещение уже проводилось в нашей стране, и не раз. Например, в 1998 году в связи девальвацией рубля в России принимались меры, направленные на снижение импорта. В результате рост промышленного производства ускорился с 1% в 1998 году до 8,9% в 1999 [2].

В последние годы необходимость проведения такой политики была определена введением западными странами летом 2014 г. санкций в отношении России. Правительство России ввело ответное эмбарго на целый ряд ввозных продуктов питания из Австралии, Канады, стран-членов Евросоюза, США, Норвегии.

Естественно, полностью отказаться от импортной продукции будет неразумным решением, однако следует обратить внимание на те отрасли, доля импорта в которых, составляет более 60%. Например, доля импортного оборудования и технологий в нефтегазовой отрасли достигает 80%, доля импорта в потреблении в фармацевтической отрасли составляет около 70-80% [3].

Первые шаги по импортозамещению уже были предприняты, в результате которых импорт продовольственных товаров из стран дальнего зарубежья в РФ в январе 2015 года упал на 41,9%. В результате мы наблюдаем следующий эффект: отечественные предприятия, зачастую работая неэффективно, получают прибыль, пользуясь монопольным положением и взвинчивая цены [4].

Кроме того, мы можем видеть, что направлением современной экономической политики в России является не столько поддержка отечественных производителей, сколько замена

«запрещенных» товаров импортом разрешенных из азиатских стран. Это может привести к тому, что «истинное» импортозамещение, т.е. активная замена импорта отечественным продуктом, будет подменено переходом на китайский импорт.

Необходимо учитывать, чтобы достичь цели импортозамещения – производство собственной высокотехнологичной конкурентной продукции – России потребуется как минимум несколько лет. Однако в связи с особой экономической ситуацией для осуществления данной политики необходимо приложить серьезные усилия. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

1) Модернизация изношенного и технически устаревшего оборудования. Многие зарубежные технологии и производства, осваиваемые отечественными предприятиями, далеко не всегда соответствуют мировому уровню развития и, как правило, представляют собой продукцию, завершающую свой жизненный цикл на мировом рынке. Для модернизации производственных мощностей возникает необходимость осуществления крупных инвестиций, которые являются неотъемлемыми факторами развития собственного промышленного производства.

2) Эффективное применение мер таможенно-тарифного регулирования внешней торговли. Политика поддержки импортозамещения невозможна без применения таможенных пошлин, которые должны не просто ограничить импорт, а быть ориентированными на стимулирование экспорта готовой продукции и играть заградительную роль при вывозе первичного сырья. И наоборот – способствовать импорту отдельных деталей, запасных частей и механизмов, сдерживая приток готовой продукции, если аналогичное производство действует внутри страны.

3) Развитие полного производственного цикла. Для него нужны условия создания предприятий полного цикла от производства сырья, его обработки, производства готовой продукции и её доставки потребителю. В этом отношении актуален кластерный подход к организации производства, реализующийся сейчас в ряде регионов.

Достаточно вспомнить ту же Калужскую область, где создан автомобильный кластер и размещены сборочные производства Volkswagen, Volvo и Peugeot-Citroen, а также производства компонентов для других заводов автомобилей.

4) Обеспечение доступности кредитов реальному сектору экономики России. По данным Министерства финансов РФ, ставки по кредитам выросли за 2014 г. в среднем на 4 % [4]. Это приостановило запуск новых проектов и сказалось на тех предприятиях, деятельность которых связана с применением заёмных средств.

5) Информирование предприятий о существующих мерах государственной поддержки и облегчение доступа к её получению.

6) Развитие инфраструктуры. Примерами инфраструктуры может выступать развитая сеть информирования потребителей об отечественных продуктах; надежные, не зависящие от иностранных влияний, отечественные финансовые инструменты. Особенно ясно данный вопрос встал после того, как Великобритания заявила о возможности в рамках антироссийских санкций отключения от межбанковской системы передачи информации и совершения платежей СВИФТ. Также международные платежные системы «Visa» и «MasterCard» в середине 2013 года отказались обслуживать свои карты на территории России. Поэтому в настоящее время необходимость разработки собственных платежных и информационных систем не вызывает никаких сомнений.

7) Создание положительного имиджа отечественных товарных знаков и брендов, их реклама в потребительской среде, предложение условий для распространения отечественных товаров в торговых сетях. Специалисты предлагают в качестве одного из вариантов обеспечения продовольственной безопасности страны законодательно одобренное фиксирование процента отечественной продукции по группам на прилавках отечественных магазинов.

8) Разработка эффективных мер государственной поддержки отечественных производителей. Одной из таких мер является разработка лояльной тарифной системы

Правительства РФ. Здесь можно привести пример сельхозпроизводителей Северо-Запада России, когда внутренняя экономическая и тарифная политика правительства поставила отрасль в абсолютно неконкурентоспособные условия. Тарифы на электроэнергию оказались в три раза выше, чем в Америке в соответствующих местах, где производится аналогичная продукция. Поддержка проектов импортозамещения также может осуществляться за счёт государственных субсидий на исследовательские и конструкторские работы, техническое перевооружение, а также субсидирование НИОКР в рамках инвестиционных проектов.

9) Подготовка высококвалифицированных научных, инженерных и рабочих кадров, эффективное перераспределение трудовых ресурсов.

10) Нормативная поддержка приобретения товаров отечественного производства в рамках государственного заказа.

В этом направлении в 2014 г. были приняты следующие меры; введен ряд ограничений и запретов, в частности, на закупку иностранной техники для государственных и муниципальных нужд (медицинской, текстильной, автомобильной). Решение правительства распространяется только на ту импортную продукцию, аналоги которой производятся в России [5, с.34].

Другой инструмент, разработанный Министерством промышленности и торговли РФ, – это использование отечественной продукции для госзаказа.

Таким образом, стратегия импортозамещения предполагает постепенный переход от производства простых товаров к наукоемкой и высокотехнологичной продукции путем повышения уровня развития производства и технологий.

На данный момент, в условиях кризиса и сложной мировой обстановки, импортозамещение, как важнейший фактор достижения сбалансированного развития экономики РФ, обоснованно является приоритетом политики государственного управления.

Список использованных источников

1. Тарлавский, В. Импортозамещение: хотеть недостаточно // Экономика и жизнь. Москва, 2014. – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/261445/>. – Загл. с экрана
2. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Москва, 2014. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. – Загл. с экрана.
3. Калиновский, И. Трудности импортозамещения // Эксперт онлайн. – Москва, 2014. – Режим доступа: <http://expert.ru/2014/12/17/trudnosti-importozamesheniya/>. – Загл. с экрана.
4. Солонников, Д. Как поддержать отечественного производителя // Новости и аналитика. – Москва, 2014. – Режим доступа: http://www.baltpp.ru/a/2014/04/22/Importozameshenie_i_podder/. - Загл. с экрана
5. Воронина, И.А. Минпромторг: РФ переходит на импортозамещение технологий // Российская газета. – 2014. – № 8. – С. 32-36

МЕТОДЫ ЗАЩИТЫ КОМПАНИЙ ОТ ВРАЖДЕБНЫХ ПОГЛОЩЕНИЙ

Конева В. – студентка, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В современном мире процессы слияний и поглощений компаний (M&A) стали обычным, практически повседневным явлением.

Лидером в мире на рынке M&A по-прежнему остается сектор энергетики и природных ресурсов, доля которого составила 14,7%. вторым сектором. Вторым сектором (после сектора энергетики и природных ресурсов), в котором зафиксирован наивысший уровень активности, стал сектор недвижимости и строительства (13,9%), который в основном представлен

инвестициями в гостиницы, офисные помещения и торговые площади. На третьем месте расположился сектор телекоммуникаций с 11,2% мирового рынка M&A.

Прежде чем переходить к рассмотрению корпоративных механизмов защиты от враждебных поглощений, уделим внимание основным понятиям таким, как «слияние» и «поглощение», «дружественное поглощение» и «недружественное поглощение», «рейдерство» и «гринмейл».

Поглощение (takeover) – это тендерное предложение (предложение на покупку определенного актива), которое делает одна компания (компания-покупатель) на контрольный пакет обыкновенных голосующих акций другой компании (компания-цель) [1, С.10]. Проще говоря, это тривиальная покупка или сделка по приобретению активов компании, представляющих интерес для покупателя.

Поглощение может носить как враждебный (hostile takeover), так и дружественный (friendly takeover) характер.

Рудык Н.Б. отмечает, что важнейшим отличием враждебного поглощения от дружественного является то, кому делает предложение на выкуп контрольного пакета акций менеджмент корпорации-покупателя. В первом случае менеджмент компании-цели не оповещают о процессе проведения выкупа, а во втором – все проводится на переговорной основе. Именно поэтому дружественное поглощение чаще всего называют «слиянием» (merger) [1].

Захват предприятий может осуществляться также посредством рейдерства (corporate raid). Оно отличается от недружественного поглощения тем, что его деятельность направлена на незаконное завладение имуществом хозяйствующих субъектов и (или) правами корпоративного контроля, без согласия заинтересованных лиц, с минимальными затратами, с приданием преступным действиям вида легитимности, часто сопровождающуюся насилием или угрозой его применения, использованием административного ресурса [2].

Рейдерство условно можно подразделить на 3 группы: «черное рейдерство», «серое рейдерство» и «белое рейдерство».

Когда недружественное поглощение осуществляется посредством шантажа или вымогательства его принято определять как «гринмейл» (greenmail). «Гринмейл» характеризуется комплексом мероприятий, предпринимаемых миноритарным акционером в целях вынудить акционерное общество или основных акционеров приобрести его акции по весьма завышенной цене [3].

Для правильного определения методов защиты необходимо выявить те побуждения, которыми руководствуются фирмы-агрессоры при совершении враждебных поглощений.

Мотивы проведения враждебных поглощений условно можно разделить на два основных блока: дисциплинарный и экспроприационный.

Дисциплинарный мотив основывается на анализе эффективности менеджмента компании-цели. Компания-агрессор ищет компанию-цель, текущая стоимость которой занижена вследствие неэффективной работы ее действующего менеджмента, с целью поглотить и значительно увеличить ее стоимость на рынке, чтобы в будущем осуществить ее продажу по более высокой цене.

Второй мотив – экспроприационный – связан с существованием т.н. «корпоративных захватчиков» (corporate raiders). «Корпоративный захватчик» – это физическое или юридическое лицо, которое систематически осуществляют ряд действий. Во-первых, он выдвигает тендерное предложение (tender offer) на контрольный пакет обыкновенных голосующих акций компании X. Далее, после приобретения контрольного пакета обыкновенных голосующих акций компании X, он инициирует процедуру ликвидации этой компании. И, наконец, разбивает компанию X на части и распродает их со сверхприбылью для себя [4, С.41].

Подобные сделки получили известность как «раскалывающие» поглощения (bustuptakeover), при которых покупается контрольный пакет обыкновенных голосующих акций

как можно дешевле, после чего он разбивается на части и распродается по цене, значительно превышающей сумму, уплаченную за контрольный пакет акций.

Кроме всего вышеуказанного существуют и другие мотивы, такие как: мотив устранения конкурента, мотив доступа к информации («ноу-хау»), мотив разницы в рыночной цене компании и стоимости ее замещения.

Существует 4 основных способа захвата компании-цели:

1. Захват через сбор блокирующего пакета, при котором происходит выкуп акций у сотрудников посредством получения доверенности или подделки документов.
2. Захват через создание двойного менеджмента и двойного реестра.
3. Захват через кредиторскую задолженность.
4. Захват через подкуп генерального директора общества с целью заключения с акционерным обществом сделок по распродаже наиболее ценного имущества общества, уступке прав, выдаче гарантий, поручительства и т.д. [2]

Все методы защиты от враждебных поглощений можно условно поделить на две большие группы:

- Превентивные методы защиты (pre-offer defenses), создаваемые корпорацией еще до появления непосредственной угрозы враждебного поглощения. К ним относят, например, «ядовитые пилюли» (poison pills), разделенный совет директоров (staggered board amendment), условие подавляющего большинства (super-majority amendment), санкционированные привилегированные акции (authorization of preferred stock) и др.

- Активные методы защиты (post-offer defenses), к которым корпорация прибегает уже после того, как агрессор выдвинул тендерное предложение на ее контрольный пакет обыкновенных голосующих акций.

К таким методам защиты относятся: реструктуризация активов (asset restructuring), реструктуризация пассивов (liability restructuring), «белый рыцарь» (white knight), «стоп-соглашение» (stand still agreement) и др. [1, С.80]

Более подробно рассмотрим такой способ защиты как «ядовитые пилюли».

В самом общем виде «ядовитые пилюли» представляют собой эмитированные корпорацией-целью различные права (привилегий), распределяемых между действующими акционерами. Эти права/привилегии вступают в силу только при наступлении определенного события (попытка жесткого поглощения). В случае жесткого поглощения корпорации, «ядовитые пилюли» дают право акционерам корпорации-цели на приобретение дополнительных акций со значительным дисконтом. Существует, по меньшей мере, шесть основных разновидностей «ядовитых пилюль»: Preferred stock plans, Flip-overplans, Flip-inplans, Flip-outplans, Back-endplans и Votingplans [5, С.254].

В ситуации, когда корпорация-цель использует «ядовитые пилюли», для агрессора проведение жесткого поглощения становится невозможным из-за слишком большого объема финансовых ресурсов, необходимого для выкупа контрольного пакета акций компании-цели.

Недостатком такого метода является то, что данный метод обладает негативной корпоративной репутацией, т.к. он преследует интересы менеджмента компании и зачастую не соответствует интересам акционеров.

Метод Poison Pills доказал свою эффективность, позволив многим компаниям отразить попытки враждебных поглощений, а также провести сделки по приобретению отдельных компаний на значительно более выгодных условиях, чем было предложено изначально.

Одним из наиболее известных случаев применения «ядовитых пилюль» считается защита компании People Soft от потенциального поглощения Oracle. В 2003 году крупнейший производитель программного обеспечения Oracle предпринял попытку враждебного поглощения своего конкурента People Soft за \$5,1 млрд. Защитная тактика People Soft с применением ядовитых пилюль, сводилась к тому, что в случае приобретения более 20% доли, поглотитель был бы вынужден заплатить дополнительные \$1,5 млрд. клиентам People Soft при прекращении поддержки услуг под данным брендом. В результате руководители Oracle были вынуждены сесть за стол переговоров и согласились серьезно увеличить свое

предложение взамен отмены введенных мер. В итоге в 2004 году Oracle приобрела PeopleSoft за \$10,3 млрд., тем самым, принеся акционерам People Soft существенную прибыль [6, С.10].

Наглядной иллюстрацией использования методики «ядовитых пилюль», стали компании IT-индустрии, такие как WorldCom, Transmeta, i2 Technologies, RedbackNetworks, Commerce One и Inktomi в начале XX в, сумевшие обезопасить себя от враждебных поглощений.

Таким образом, мы предполагаем, что при условии владения всеми возможными методами защиты и выявления истинных причин интереса компании-агрессора, можно уберечь свою компанию от недружественных поглощений и рейдерского захвата.

Список использованных источников:

1. Рудык, Н. Б. Методы защиты от враждебного поглощения / Н. Б. Рудык. – М.: Дело, 2008. – 383 с.
2. Истомина, М. В. К вопросу о понятии и основных признаках рейдерства / М. В. Истомина // Человек: преступление и наказание. – 2010. - №3(70). – С. 53-56.
3. Смирнов, О. В. Теоретические аспекты противодействия недружественному поглощению и захвату предприятий / О. В. Смирнов // Известия высших учебных заведений. Геология и разведка. – 2014. - №3. – С. 79-82.
4. Столяров, С. А Избранные вопросы экономической безопасности бизнеса. Учебное пособие. / С. А. Столяров. – Барнаул: Алтайский дом печати, 2010. – 190 с.
5. Рудык, Н. Б. Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием / Н. Б. Рудык, Е. В. Семенкова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 456 с.
6. RGGCapital: Международные методы противодействия враждебным поглощениям и их практическая эффективность в современных российских условиях / ред. Жоэль Лотье. – 2010. – 22 с.
7. Лизина, О. М. Рейдерство как проявление теневизации в российской экономике / О. М. Лизина // Контентус. – 2014. – №3(20). – С. 13-17.

ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ НЕКОТОРЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кошкин К. И. – студент, Наземцева Ю. Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В зарубежной и отечественной экономике главным фактором движущей силы и успеха предприятия является его способность конкурировать с другими, аналогичными фирмами и занимать лидирующие позиции.

Термин «конкуренция» по М. Портеру подразумевает динамичный и развивающийся процесс, непрерывно изменяющийся, на котором появляются новые товары, маркетинговые пути, новые производственные процессы и новые рыночные кластеры [1].

Из понятия следует, что каждая фирма имеет возможность быстро занять лидирующие позиции, но существует опасность так же быстро их потерять. Фирма должна рассчитывать каждый свой шаг, взвешивать все за и против, чтобы избежать потерь.

Необходимо пояснить, что мы будем понимать под термином «конкурентоспособность». М. Портер определяет конкурентоспособность как возможность товара, услуги, организации конкурировать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [2, С. 588].

Другими словами, конкурентоспособность – это способность предприятия производить наиболее качественный товар, услугу посредством эффективного использования своих ресурсов, организации эффективного маркетингового управления и анализа отчётности.

Конкурентоспособность указывает на все факторы функционирования и развития предприятия. Чтобы понять сложившуюся ситуацию на предприятии, необходимо

произвести грамотную оценку конкурентоспособности предприятия, так как предприятие является структурной единицей экономики страны и, следовательно, влияет на конкурентоспособность страны в целом.

На сегодняшний день существует огромное количество методик оценки конкурентоспособности фирмы, но общепризнанной методики не существует. Основную роль при выборе методики играют: сфера деятельности фирмы, товар или услуга, которые предлагает рынку организация. Каждый метод имеет как свои преимущества, так и недостатки.

Выбор метода является ядром дальнейших действий фирмы о выборе целей, созданию стратегии, выявлению конкурентных преимуществ. Полученные данные, с одной стороны, должны выявить полную картину текущей ситуации на предприятии, причем для анализа желательно использовать достоверные данные, а с другой стороны – снизить затраты времени и средств на проведение анализа конкурентоспособности. Выбранный метод должен обеспечить получение объективной количественной оценки и должен находиться в основе формирования и управления конкурентными преимуществами предприятия и его конкурентного потенциала.

В своей работе мы сделали попытку проанализировать ряд наиболее популярных методов оценки конкурентоспособности предприятия с точки зрения их достоинств и недостатков.

Таблица 1 – Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия

Название	Сущность	Достоинства	Недостатки
Матрица БКГ/ («Рост /доля рынка») [3, С. 89]	Происходит оценка продукта на рынке с точки зрения роста спроса на данную продукцию. В основу данного метода входят две концепции: жизненный цикл товара и эффект масштаба производства или кривой обучения.	Прост и доступен для понимания, лёгок в построении, даёт объективную оценку анализируемым данным.	Упрощена ситуация: данная модель учитывает только: относительную долю рынка и темп прироста, ошибочным является и то, что доля рынка всегда соответствует прибыли (возможно, что новый проект потребует больших затрат).
Название	Сущность	Достоинства	Недостатки
Концепция соперничества Портера [3, С. 67]	Данная модель производит оценку рыночных сил, которые способны, как угрожать предприятию, так и открыть для него возможности роста. Характеризует пять основных сил, обуславливающих динамику конкурентной борьбы в сегменте, рентабельность.	Наглядно показывает в каких сегментах матрицы существует конкуренция ,а в каких провалы.	Не даёт определённых рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия.

Название	Сущность	Достоинства	Недостатки
<p>Модель «Привлекательность рынка – преимущества в конкуренции» /матрица GeneralElectric (GE) / McKinsey [5, С. 203]</p>	<p>Метод портфельного анализа. Используется для разработки стратегий развития ассортимента компании. Главной особенностью модели является: использование весовых коэффициентов при построении модели и учет трендов развития отрасли. В основе матрицы лежит два показателя: привлекательность рынка, на который хочет вступить или на котором уже существует компания; и преимущества в конкуренции или конкурентоспособность товара компании на данном рынке.</p>	<p>Обширно применяется и больше охват информации, чем матрица БКГ, даёт подробную оценку привлекательности рынка и конкурентных позиций предприятия из-за большого количества анализируемых показателей.</p>	<p>Не берётся во внимание возможность активного влияния организации на внешнюю среду, будущее фирмы, возможно, предсказать точно, но если данные не точны оценку будет дать сложно, выводы по проделанной методике субъективны и рекомендации расплывчаты.</p>
<p>Метод «многоугольник конкурентоспособности предприятия» [5, С. 205]</p>	<p>Метод графический. Предполагает анализ конкуренции различного ассортимента продукции. На графике отображаются показатели и соединяются линиями, это даёт представление о конкурентоспособности и продукции, позволяет дать глубокий анализ полученным данным по продукту.</p>	<p>Простота в использовании, что бы дать быструю оценку ситуации, определяет текущее положение фирмы относительно конкурентов. Возможность разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности.</p>	<p>Сложность при расчете показателя, анализ производится аналитической фирмой, не учтены недобросовестные виды борьбы за потребителя, отсутствует информация на будущее.</p>
<p>Модель Розенберга [6]</p>	<p>Данный метод психологического плана, анализ происходит по средствам, опроса потребителей, товар оценивается с точки зрения его</p>	<p>Прост в применении, легко проанализировать полученный результат, каждому товару, продукции или услуге ставится своя оценка.</p>	<p>Сложно понять, что для потребителя наиболее важно, а так же оценить наиболее важные характеристики для продукта. Отсутствует сравнение с идеальными</p>

Название	Сущность	Достоинства	Недостатки
	пригодности, нужности для удовлетворения потребительских нужд.		характеристиками товара.
Модель с идеальной точкой [6]	Целью данной модели является, выявление с помощью опроса потребителей информации об «идеальной марке», характеристике продукта, так и о взглядах потребителей на марки существующие.	Даёт определённую оценку продукции и её характеристик, по отношению к идеальному товару и его отклонение от идеала.	Сложно определить характеристику идеального товара и товара анализируемого, нужно использовать оценку эксперта.
Методика сравнительной рейтинговой оценки предприятий [7]	Данный метод предназначен для сравнительного анализа предприятий на основе показателей финансового состояния, рентабельности и деловой активности.	Метод даёт точную оценку положения предприятия в сравнение с позициями конкурентов.	Занимает много времени при расчёте показателя, возникают сложности при расчёте, отсутствует прогнозная информация, не даёт рекомендаций по повышению позиций фирмы.
Оценка на основе расчета доли рынка [4, С. 1]	Объективный показатель развития фирмы. Позволяет следить за динамикой спроса на продукцию. Расчет доли рынка позволяет отделять эффект роста компании от роста рынка.	Возможность точного определения места фирмы на рынке, по сравнению с конкурентами.	Невозможно выявить причины данного положения фирмы на рынке, сложно разработать стратегию для повышения конкурентоспособности фирмы, необходимо применение дополнительных методов оценки конкурентоспособности.
Составлено авторами по: [3, 4, 5, 6, 7].			

Таким образом, проанализировав данные методы оценки конкурентоспособности, можно сделать вывод, что идеального метода не существует. Каждый метод имеет свои преимущества и недостатки. Основные проблемы методов состоят в том, что они занимают много времени для расчётов, трудны для понимания, описывают положение компании на определённый период времени, не дают точной оценки из-за неполноты исходных данных, исходя из результатов сложно дать рекомендации по повышению конкурентоспособности, невозможно провести комплексный анализ предприятия.

Следовательно, организациям придётся использовать несколько методов оценки конкурентоспособности, в комплексе, для более точного, достоверного анализа ситуации и

положения на рынке региона, страны или мирового рынка. Достоверность данных зависит не только от выбранного метода, но и от профессионализма и квалификации персонала.

Для того, чтобы занять высокие позиции на рынке, компания должна ответственно подойти ко всем звеньям цепи:

- провести добросовестный сбор данных (актуальных данных);
- выбрать наиболее точные методы оценки конкурентоспособности;
- провести точный расчёт всех пунктов метода;
- провести полный анализ полученных данных и выявить настоящее положение дел фирмы на рынке;
- сформулировать миссию и цели фирмы;
- выбрать стратегию управления конкурентоспособностью фирмы;
- проанализировать применение стратегии;
- принять решение о реализации данной стратегии или поиску других путей улучшения позиций фирмы.

Список использованных источников:

1. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ.; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 2004. – 896 с.
2. Портер, М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
3. Новикова, Н.Г. Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: маркетинговый подход: учеб.пособие / Н.Г. Новикова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2012. – 177 с.
4. Определение рыночной доли компании на рынке продуктов потребительского назначения: сборник материалов VII Всероссийской научно-технической конференции / отв. ред. О.А. Краев; Сиб. федер. ун-т. - Красноярск: Изд-во Сиб. федер. ун-т., 2011. - 216 с.
5. Рамазанов, В.Г. Графические методы оценки конкурентоспособности предприятий // Вопросы структуризации экономики. – 2011. - № 1. – С. 200-206
6. Бронникова, Т.С. Маркетинг: учебное пособие / Т.С. Бронникова, А.Г. Чернявский. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999. - 103 с.
7. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций /А.Д. Шеремет, Е.В.Негашев, – М.: ИНФРА-М, 2005.– 237 с.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В РФ И ЗАРУБЕЖОМ

Меджлумян М. - студентка, Роговский Е.И. – научный руководитель
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Агропромышленный комплекс– это сложившаяся в общественном производстве единая система сельскохозяйственных, промышленных предприятий и отраслей, охватывающих всю агропромышленную цепь, спаянных интеграционными связями, основывающихся на отношениях собственности или договорных отношениях.

Сельское хозяйство - это наиболее распространенное занятие людей. В мировом сельском хозяйстве занято около 1 млрд. человек. Сельское хозяйство обеспечивает население продуктами питания, а промышленность сырьем.

Сельское хозяйство рассматривалось как отдельная отрасль до 1950 года. Но, в связи с интеграционными процессами появилось новое понятие АПК. Агропромышленный комплекс – это совокупность отраслей по производству, переработке и реализации сельскохозяйственной продукции.

Агропромышленный комплекс охватывает всю производственную цепочку и включает три сферы:

- промышленность, производящая средства производства и производственно-техническое обслуживание;
- собственно сельское хозяйство;
- отрасли по транспортировке, переработке, хранению и сбыту продовольствия и сельскохозяйственной продукции.

В развитых странах снижается удельный вес сельского хозяйства и растет доля 3 сферы. Таким образом, сельское хозяйство дает 2 % ВВП, а весь АПК 20%. Преобладает товарное, интенсивное сельское хозяйство. Уровень механизации достиг предельного уровня. (90%).[2]

В развивающихся странах сохраняется значительный удельный вес натурального, мелкотоварного хозяйства, существует примитивное земледелие, высокая доля ручного труда. Так, один работающий в сельском хозяйстве США обеспечивает продуктами питания 36 человек, Франции – 20, Польши 8, России 4.

Главными мировыми экспортерами являются: пшеницы (США, Канада, Франция, Казахстан); картофеля (Нидерланды, Польша); говядины (Австралия, Бразилия); мяса птицы (США, Франция); молочными товарами (Нидерланды, Дания, Франция, Новая Зеландия).

Крупными импортерами продуктов питания являются: Россия, Саудовская Аравия, Япония, Иран, Бангладеш, Турция и другие развивающиеся страны.

Тенденции развития агропромышленного комплекса:

- сохранится значительный разрыв в уровне развития сельского хозяйства развитых и развивающихся стран;
- в мировом торговом обороте сельскохозяйственной продукции будет расти доля развивающихся стран, а в обороте продуктов питания развитых;
- увеличится производство продуктов питания, в которых вместо натурального сырья будут использоваться заменители.

2013 год включил в себя важные события для агропромышленного комплекса России: реализация Государственной программы впервые в истории членства России в ВТО; засуха в ряде регионов Южного, Приволжского федеральных округов и наводнение на Дальнем Востоке; освоение новых форм поддержки сельскохозяйственного производства и достижение показателей продовольственной независимости страны.

На реализацию Государственной программы из бюджета было направлено 268млрд.руб., в том числе из федерального бюджета – почти 198млрд.руб. (освоение – 99,9%) и еще порядка 70млрд.руб. на условиях со-финансирования из региональных бюджетов (69,7млрд.руб. – это 92% от плановых обязательств регионов (75,8 млрд. рублей). Правительством РФ в сравнении с паспортом Государственной программы финансирование мероприятий было увеличено на 25% (42млрд.руб.).[1]

Оказанная поддержка помогла сохранить положительную динамику производства в отрасли. Несмотря на засуху, наводнение на Дальнем Востоке и обильные осадки в центральной части страны в период уборки урожая, прирост производства продукции сельского хозяйства составил 6,2%, в том числе растениеводства – 12%, животноводства – 0,5%. [5]

Наращивание объемов производства сельскохозяйственной продукции требует соответствующего развития материально-технической базы отрасли. Увеличение размеров производственных фондов осуществляется за счет дополнительных вложений материальных и денежных средств, направленных на расширение производственного потенциала сельского хозяйства. Устойчивое развитие отраслей агропромышленного комплекса в условиях становления рыночных отношений нуждается в инвестициях, не только в денежной форме, но и в материальной. Мировой финансовый кризис, который затронул все отрасли агропромышленного комплекса России, наиболее серьезно проявился в инвестиционной политике. [3]

Сельское хозяйство - важнейшая сфера национальной экономики, образующая центральное звено АПК. Агропромышленный комплекс является государственно

регулируемой отраслью со значительными объемами ежегодных капиталовложений, большая часть которых осуществляется за счет средств государственного бюджета.

Бюджетный кодекс РФ устанавливает общие принципы бюджетного законодательства РФ и регулирует расходы бюджета. В соответствии с Конституцией РФ и Бюджетным кодексом принято множество законов, регулирующих финансирование национальной экономики государства в различных областях. [4]

Таким образом, социально-экономическая ситуация в наши дни диктует объективную необходимость мониторинга и оценки эффективности расходов бюджетов с целью их оптимизации. Министерство финансов РФ в этих условиях должно взять на себя функции по координации и оказанию методического и технического содействия органам государственной власти в проведении такой работы. [6]

Список использованных источников:

1. Министерство сельского хозяйства РФ [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.mcsx.ru/>
2. Абрамова, Е.А. Экономические итоги развития российской экономики за 2014 г. [Текст]/ Е.И.Абрамова, Д.Р.Белоусов, К.В. Михайленко // Проблемы прогнозирования. – 2014. – № 1. – С.55-72.
3. Борисова, И.В. Российская экономика в 2013 году: стремительное падение и медленное восстановление[Текст] / И.В. Борисова // Вопросы экономики. – 2013. – № 4. – С.24-42.
4. Бюджетный кодекс РФ [Текст]/ Федеральный закон от 31 июля 1998. // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. – Ст. 3823.
5. Дорождеев, А.В. Совершенствование государственного регулирования экономики [Текст]/ А.В. Дорождеев // Финансы и кредит. – 2013. – № 17. – С. 41-45.
6. Швецов, Ю.Г. Функциональная направленность системы бюджетного регулирования сельского хозяйства[Текст]/ Ю.Г. Швецов, О.В. Бутакова // Финансы. – 2014. – № 10. – С. 6-16.

«ЗОЛОТЫЕ ПАРАШЮТЫ»: ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Молчанова М.А. – студент, Клименко М.А.– ст. преподаватель

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

2 апреля 2014 года в России был введен федеральный закон «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части введения ограничения размеров выходных пособий, компенсаций и иных выплат в связи с прекращением трудовых договоров для отдельных категорий работников»[1]. Данный закон ограничивает размер так называемых «золотых парашютов» для топ-менеджеров государственных компаний.

Впервые термин «золотые парашюты» (goldenparachute) был использован в 1961 году в авиации во время борьбы акционеров с миллиардером Говардом Хьюзом за контроль над TransWorldAirlines (TWA). Влияние Хьюза стало тормозить развитие компании, и нужен был сильный управленец, способный удержать ее от банкротства. В результате данная должность была предложена Чарльзу Тиллингасту. Для того, чтобы он не опасался рискованного перехода на новый пост, ему независимо от результата обещали премию при увольнении. То есть в изначальном варианте, «золотой парашют» требовался именно работодателю.

На данный момент с помощью «золотых парашютов» компании решают целый ряд проблем. Они позволяют привлечь талантливых менеджеров в компанию, даже если она переживает кризис и реструктуризацию, устраняют конфликт интересов при слиянии и поглощении, снижают риски «враждебного поглощения» и минимизируют недовольство уволенного топ-менеджера.

Однако, несмотря на свои преимущества «золотые парашюты» периодически провоцируют взрывы массового недовольства. Пик общественного гнева можно

было наблюдать во время последнего финансового кризиса, когда «лопавшиеся» один за другим инвестиционные банки начали выплачивать своим боссам увольнительные в десятки миллионов долларов.

Самая большая компенсация при увольнении была выплачена в 2001 году Джону Уэлчу, гендиректору General Electric. – 417 млн долларов. Кроме данной выплаты GE оплачивает Уэлчу квартиру на Манхэттене стоимостью \$80000 и самолет. При том, что Уэлч считается одним из самых жестких руководителей в истории американского бизнеса, неоднократно проводившим массовые сокращения среди сотрудников, не выплачивая им никакой компенсации, данные расходы породили волну недовольства в обществе и среди профсоюзов.

Одним из самых спорных «золотых парашютов», является выплата Уильяму Макгуайру. За время своей работы, он превратил United Health из убыточной компании в крупнейшую медицинскую страховую корпорацию США. За время его руководства выручка United Health выросла с \$400 млн до \$70 млрд, а капитализация увеличилась в десятки раз.

Но великолепная карьера закончилась обвинением в мошенничестве. В результате скандала его отстранили от должности, Макгуайру выплатили \$286 млн, хотя против этого выступало большое число акционеров.

Существует немало примеров, когда «золотые парашюты» выплачиваются топ-менеджерам, во время руководства которых компании не только не развивались, но и понесли убытки. Такие компенсации назвали «платой за провал» (the wages of failure).

Одним из ярких примеров данной выплаты – «золотой парашют» Стэну О'Нилу, генеральному директору Merrill Lynch, одного из крупнейших инвестиционных банков в мире на тот момент.

Перед уходом О'Нила в 2007 году, убыток компании составил \$7,78 млрд. Основной причиной убытка является произведенное генеральным директором крупнейшее с момента основания компании списание из средств банка, которое было связанное с кризисом на ипотечном рынке. Несмотря на это, при увольнении О'Нилу была выплачена компенсация в \$161,5 млн.

Данные примеры вызывают вопросы насчет целесообразности «золотых парашютов». Наибольшая волна протеста против данных выплат произошла в 2008-2009 годах, когда, несмотря на глобальный экономический кризис, компании продолжали выплаты, а затем оказались на грани банкротства и смогли продолжить работу только благодаря государственной поддержке. Эти события заставили государства задуматься о регулировании данных выплат.

С 2012 года Комиссия по ценным бумагам и биржам США (SEC) дала право акционерам влиять на размер зарплат сотрудников публичных компаний. По решению комиссии, акционеры раз в три года могут проводить голосование по вопросу вознаграждений менеджеров, в том числе и по поводу «золотых парашютов».

В большинстве стран ЕС законодательно устанавливаются ограничения на сумму денежных вознаграждений, выплачиваемых руководителям. Кроме того «золотые парашюты» облагаются большими налогами.

В настоящее время размер «золотых парашютов» увеличивается незначительно. И в будущем ожидается, что выплаты останутся на прежнем уровне или даже снизятся [2].

В России, несмотря на свое сравнительно недолгое применение, «золотые парашюты» часто вызывают широкий общественный резонанс.

Одним из поводов для установки ограничений на выходные пособия топ-менеджеров стало выплата Александру Провоторову, президенту «Ростелекома», полученная им в 2013 году. Его «золотой парашют» составил 200,9 млн. рублей. При этом выплата была начислена, когда долги «Ростелекома» по кредитам составляли 254,9 млрд руб.

Вскоре данное вознаграждение было признано незаконным, и по решению суда Провоторова обязали вернуть, выплаченную компенсацию.

По мнению Буксмана А.Э., первого заместителя генерального прокурора, «выплаты таких компенсаций компаниями с госучастием в неадекватных уровнях общего

благополучия населения размерах создают угрозу стабильности общественных отношений и подрывают доверие граждан к госвласти».

Эти события привели к активной деятельности по ограничению размеров «золотых парашютов». В итоге в апреле 2014 года был подписан закон, согласно которому размер выходных пособий для топ-менеджеров государственных компаний не должен превышать трехкратную сумму среднего месячного заработка. В случае, если топ-менеджер уволен за какие-либо проступки либо уходит по соглашению сторон, выходное пособие вообще не будет выплачиваться. Компенсация предусмотрена лишь в случае увольнения по инициативе работодателя, либо в случае увольнения в связи со сменой собственника.

Несомненно, данные ограничения позволяют уменьшить размер выплат, приблизить их к современным реалиям. Но, несмотря на это проблема «золотых парашютов» по-прежнему является актуальной и постоянно вызывает общественный резонанс.

Список использованных источников

1. Российская газета [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Москва, 2014. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/>. – Загл. с экрана.
2. UK ‘Shareholder Spring’ takes its toll on top pay. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cnbc.com/id/101538656>
3. Forbes. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/>. – Загл. с экрана.
4. BP and golden parachutes. The wages of failure [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economist.com/node/16693567>
5. Executive pay. Fat cats feeding. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economist.com/node/2119378>

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДОСТУПА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНОК РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

Нефедова Н. А. – студент, Семиколонова М. Н. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный университет

На сегодняшний день Россия находится в достаточно сложной экономической ситуации. Стагнация экономики на фоне охлаждения отношений с Западом и введения режима экономических санкций порождает необходимость поиска новых источников экономического развития. В этих условиях особую актуальность приобретает усиление и расширение взаимодействия со странами Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), в которых, по словам Президента Российской Федерации В. В. Путина «набирают силу интеграционные процессы, где не смешивают политику и экономику, а наоборот снимают барьеры для торговли, для обмена технологиями и инвестициями, для свободного перемещения людей»[4]. Республика Корея, как одна из самых развитых стран АТР, в этом смысле находится в ряду наиболее перспективных партнеров России.

Таким образом, задача данного исследования – выявление перспектив доступа российских компаний на рынок Республики Корея и основных проблем, препятствующих его получению.

Республика Корея – одна из крупнейших промышленных и финансовых стран мира, которая обладает рядом преимуществ для иностранных инвесторов:

1. Емкий внутренний рынок. При этом специалисты отмечают достаточно большое количество перспективных рынков сбыта с ненасыщенным спросом, таких как рынок металлургических изделий, биотехнологической, текстильной промышленности и так далее, что позволит российским компаниям найти свою нишу в данных отраслях.
2. Прозрачная и стабильная правовая система. Правовая система Республики Корея по степени своей прозрачности в целом соответствует аналогичной системе большинства развитых стран [1]. Благодаря стабильности законодательной системы отсутствует

необходимость несения дополнительных временных и финансовых затрат на изучение и применения поправок в законы и изменений к ним.

3. Легкость ведения бизнеса. По итогам 2014 года Республика Корея находится на пятом месте по легкости ведения бизнеса [3]. Данный результат был получен в первую очередь за счет высоких показателей эффективности обеспечения международной торговли и исполнения контрактов, так как, несмотря на тот факт, что в данной стране в значительной мере развита промышленность, в том числе высокотехнологичная, ежегодный объем экспорта составляет практически половину ВВП. Все это свидетельствует о перспективности корейского рынка для иностранных компаний.

На настоящий момент по объему внешнеторгового оборота с Россией Республика Корея находится на третьем месте среди стран АТР (после КНР и Японии). Тем не менее, имеется ряд отрицательных тенденций, связанный с тем, что большая часть оборота приходится преимущественно на небольшое количество крупных компаний. Это объясняется тем, что российский экспорт характеризуется сырьевой направленностью, в нём доминируют энергоресурсы, в первую очередь, нефть и нефтепродукты, а также металлы и изделия из них.



Рисунок 1 – Структура экспорта Российской Федерации в Республику Корея, 2013 г., % [2]

Структуру российского импорта, в свою очередь, формируют преимущественно машины, оборудование, транспортные средства, а также продукция химической промышленности [2].

Таким образом, средние и малые предприятия, а также часть крупных, не имеют доступа к корейскому рынку или на данном этапе не заинтересованы в его получении. Основная причина этого связана с существованием ряда проблем, возникающих при выходе иностранных компаний на корейский рынок:

1. Налогообложение. По сложности и объему обязательных для иностранных компаний отчислений система налогообложения Республики Корея находится на 25 месте [3]. Между Республикой Корея и Российской Федерацией действует конвенция об избежании двойного налогообложения в отношении налогов на доходы, что позволяет российским компаниям, действующим на корейском рынке напрямую, без посредника, уплачивать налоги на прибыль и доходы в соответствии с российском законодательством. Тем не менее, Правительством Республика Корея, начиная с 2012 года, была выбрана политика протекционизма в отношении национальных экспортеров, вследствие чего значительно выросли таможенные пошлины на многие виды товаров. В отличие от многих других стран (ЕС, США, Канада и т.д.) с Россией не было подписано соглашение о свободной торговле, вследствие чего пошлины взимаются в полном размере, что, в конечном итоге, снижает конкурентные преимущества российских компаний.

2. Финансовая система. Финансовое законодательство Республики Корея, несмотря на все предпринимаемые в последние годы Правительством меры, еще не достигло уровня развитых стран и требует определенных улучшений. Особенно это касается банковской

системы – она находится всего на 36 местев общемировом рейтинге [3]. Процедура выдачи кредитов для иностранных компаний значительно осложнена.

3. Регистрация собственности в Республике Корея для иностранных компаний одна из самых сложных в мире, что создает существенные проблемы при создании компаниями собственных представительств на территории Республики Корея.

4. Коррупция. Достаточно высокий, выше, чем в большинстве стран ЕС, Японии и США, уровень коррупции повышает транзакционные издержки доступа на корейский рынок.

5. Языковые и культурные барьеры. Несмотря на то, что сегодня Республика Корея в значительной мере ориентируется на Запад в части культуры деловых отношений, многие традиционные ценности и отношения прочно сохраняют свое значение. Корейская модель ведения бизнеса во многом опирается на принципы конфуцианства, что затрудняет ее понимание иностранными партнерами. Таким образом, иностранным компаниям следует помнить про языковые и культурные барьеры, специфику проведения переговоров и заключения контрактов.

Таким образом, с одной стороны в сфере торгово-экономического сотрудничества Россия и Республика Корея обладают значительным неиспользованным потенциалом. С другой стороны, существует ряд недостатков, в том числе касающихся действующего финансового и налогового законодательства, которые препятствуют доступу российских компаний на корейский рынок и требуют разработки ряда мероприятий по их устранению.

Список использованных источников

1. Ведяшкина, В. А. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности Республики Корея [Текст] / В. А. Ведяшкина // Вестник томского государственного университета. – 2013 г. – №1 (21). – С. 127 – 131.

2. Обзор внешней торговли Российской Федерации с Республикой Корея // Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Россия, 2014. – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/kr/kr_ru_relations/kr_ru_trade/. – Заглавие с экрана.

3. Рейтинг экономик // DOINGBUSINESS [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – [США], 2014. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/rankings>. – Заглавие с экрана.

4. Россия будет расширять свое присутствие // Республика [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Россия, 2014. – Режим доступа: <http://respublika-kz.info/en/news/doslovno/39501/>. – Заглавие с экрана.

РОЛЬ ВТО В РЕГУЛИРОВАНИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Никитенко Т.П. – студент, Казитова Э.И. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

ВТО – является как организацией, так и комплексом правовых документов, это своеобразный торговый договор, который определяет обязанности правительств в международной торговле товарами и услугами. Правовой основой ВТО являются Генеральное соглашение о торговле товарами (ГАТТ), Генеральное соглашение о торговле услугами (ГАТС) Соглашение по связанным с торговлей инвестиционным мерам (ТРИМС) и Соглашение о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности (ТРИПС)[1,2].

Для экономики страны в целом характерны такие преимущества от участия в ВТО, как повышение доходов, повышение занятости, повышение эффективности внешнеэкономической деятельности.

1) Повышение доходов.

Невозможно однозначно определить влияние свободной торговли на потребителей, производителей и государство. Снижение барьеров в торговле способствует ее росту,

повышаются общегосударственные и собственные доходы. Практический опыт показывает: после Уругвайского раунда совершился переход на другую систему сделок в мировой торговле, прибыль увеличилась со 109 до 510 миллиардов долларов[3]. Вследствие деятельности экспортеров увеличивается государственный долг, это дает возможность распределить вспомогательные ресурсы и запасы, а так же оказать помощь различным компаниям, сталкивающимся с иностранной конкуренцией, увеличить производительность, расширить масштабы производства, повысить свою конкурентоспособность и заняться новыми видами деятельности.

2) Повышение занятости.

Процветание торговли в долгосрочной перспективе ведет к повышению занятости, в большей степени в отраслях экспорта. Что касается краткосрочной перспективы, вследствие противоборства отечественных госпредприятий и импортных производителей, случается практически неизбежная потеря рабочих мест. Увеличение торговых барьеров (протекционистская политика) влияет отрицательно на продуктивность производства и качество отечественных продуктов, это отрицательно сказывается на объемах реализации продукции, а в результате и на количестве рабочих мест. Рациональное использование мер защиты и продуктивный способ распределения вспомогательных госдоходов помогают стране справиться с трудностями периода адаптации к либеральной торговле.

3) Повышение эффективности внешнеэкономической деятельности.

Использование норм ВТО дает возможность увеличить продуктивность экономического функционирования государства, если приведет к упрощению системы таможенных пошлин и других торговых барьеров. Как следствие, предсказуемость и прозрачность экономики привлекают партнеров и повышают товарооборот. Недискриминация, прозрачность, большая определенность условий торговли – все это способствует снижению транзакционных расходов компаний, оптимизации их деятельности и созданию благоприятного климата для торговли и инвестиций. В свою очередь, приток капитала в страну, в частности, в форме прямых иностранных инвестиций, создает дополнительные рабочие места и повышает благосостояние населения в целом.

Также следует отметить, что участие в ВТО предполагает получение выгод от межгосударственного общения и укрепления связей между странами-участницами, которые выражаются в обеспечении равных шансов для всех участников, эффективном механизме разрешения споров, укреплении международной стабильности.

1) Обеспечение равных шансов для всех участников.

Система ВТО дает равные шансы всем странам-участницам, предоставляя право голоса небольшим странам, тем самым ограничивая вероятность экономического принуждения более крупных государств, что было бы неминуемо при двусторонних переговорах. Более того, создавая союзы, некрупные страны могут достичь очень продуктивного результата на переговорах. А более крупные страны-участники не имеют потребности осуществлять переговоры по торговым соглашениям с каждым торговым партнером, потому как в процессе переговоров степень ответственности автоматически охватывает всех участников ВТО, согласно принципу недискриминации.

2) Эффективный механизм разрешения споров.

Система ВТО создала эффективный способ разрешения торговых разногласий, которые, будучи “предоставлены самим себе”, могли бы создать серьезный конфликт. Страны скоординировали правила торговли после Великой Отечественной войны[4]. Их основу составляют вынесение торговых споров в ВТО и неиспользование односторонних действий. Все споры в ВТО рассматриваются согласно функционирующим нормам и правилам. После принятия решения участники прикладывают все усилия на выполнение плана и решение возникшего спора с помощью переговоров. Число споров, которые вносятся в ВТО, увеличивается – это констатирует усиление связей в области экономики и усиление доверия стран-участниц к данной системе разрешения разногласий.

3) Укрепление международной стабильности.

Создав надежный механизм для решения разногласий по вопросам в области торговли, система ВТО дает возможность осуществления либеральной торговли и обеспечивает стабильное международное сотрудничество.

Таким образом, можно сделать вывод, что преимуществами системы ВТО (современной торговой системы) являются:

- 1) создание более лояльных правил доступа на международные рынки товаров и услуг на основе прочности осуществления торговых отношений со странами-членами ВТО, включая прозрачность их внешнеэкономической политики;
- 2) доступ к механизму ВТО по решению разногласий, который обеспечивает защиту национальных интересов, в том случае, если они ограничиваются партнерами, и, следовательно, устраняет дискриминацию;
- 3) осуществление торговых и экономических интересов путем содействия в торговых переговорах при внесении новых международных правил торговли.

Список использованных источников

1. Всемирная торговая организация [Электронный ресурс]: офиц. сайт/ Всемирная торговая организация. – Режим доступа: <http://www.wto.org>. – Загл. с экрана.
2. Документы ВТО [Электронный ресурс] / Всемирная торговая организация. – Режим доступа: www.wto.ru/ru/content/documents/docs. – Загл. с экрана.
3. Дубаневич, Л.Э. ВТО и ее роль в регулировании международной торговли / Л.Э.Дубаневич// Ученые записки СКАГС. –2009. – №3. – С. 87.
4. Мировая экономика: учеб.пособие для ВУЗов / под ред. проф. И.П. Николаевой. 3-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – С. 505.

ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИСОЕДИНЕНИЯ КРЫМА К РОССИИ: ОБЗОР ИТОГОВ

Никитенко Т.П. – студентка, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Больше года назад произошло включение в состав Российской Федерации большей части территории полуострова Крым, ставшего после распада СССР частью независимой Украины с образованием двух новых субъектов федерации — Республики Крым и города федерального значения Севастополя.

Этому событию предшествовал ряд объективных причин.

Во-первых, вследствие масштабного общественно-политического крымского кризиса местные власти провели общекрымский референдум о статусе Крыма [1]. На основании официальных результатов референдума и Декларации о независимости, принятой Верховным Советом Крыма, была в одностороннем порядке провозглашена независимая Республика Крым, подписавшая с Россией договор о вхождении в состав РФ [2].

Во-вторых, обострение политической ситуации на Украине и, как следствие, революция, в результате которой центральная власть Украины перестала контролировать Крым. Произошла смена исполнительной власти и президент России В. Путин признал, что российские войска оказали поддержку крымским отрядам самообороны при проведении референдума с целью сохранения мирной обстановки на полуострове и обеспечения условий свободного волеизъявления крымчан. С нашей точки зрения, российские власти приняли абсолютно правильное решение: как только возникла угроза жизни и свободе миллионам русских людей, по нелепой случайности отделенных от своей земли, Россия вступилась и защитила свой народ.

Таким образом, вследствие укрепления дружеских связей с регионами Российской Федерации, была предложена инициатива выступить гарантами незыблемости статуса автономии Крыма. 27 марта 2014 года Генеральная Ассамблея ООН абсолютным большинством голосов приняла резолюцию о своей приверженности территориальной

целостности Украины в её международно признанных границах, непризнании крымского референдума и основанных на нём изменений статуса АР Крым и города Севастополя.

Общекрымский референдум, одностороннее провозглашение независимости Крыма и его присоединение к России вызвали негативную международную реакцию. По мнению западного сообщества («Большая семёрка», государства-члены НАТО, Евросоюза, Совета Европы), присоединение Крыма к России имело характер аннексии, последовавшей за вооружённым вмешательством России во внутренние дела Украины. Согласно официальной позиции России, присоединение Крыма к России явилось реализацией права местного населения на самоопределение. Сама Украина не признаёт присоединение Крыма к России; 15 апреля 2014 года Верховная Рада Украины приняла закон, объявивший АР Крым и город Севастополь территориями, оккупированными Российской Федерацией.

На наш взгляд, нельзя однозначно оценивать последствия присоединения Крыма к России. Подводя годовые итоги, можно говорить как о положительных, так и отрицательных моментах, возникших в связи с данным событием. Рассмотрим плюсы и минусы для России более детально.

К однозначным минусам можно отнести тот факт, что рядом стран и международных организаций были введены экономические санкции против России. С одной стороны, для многих российских производителей это шанс обеспечить импортозамещение, но, с другой стороны, мы понимаем, что практически это неосуществимо и отсутствие западных товаров негативно скажется на развитии нашей экономики. Соответственно нам предстоит наладить взаимоотношения с США и странами ЕС, поскольку, по мнению экспертов, существует угроза экономической блокады и новой «холодной войны».

Несмотря на то, что возвращение Крыма в состав России является, бесспорно, значимым событием в истории страны и правильным с точки зрения исторической справедливости и патриотичности, нельзя не сказать о серьезных финансовых вложениях в экономику Крыма, который на две трети является дотационным регионом. В частности, необходимо срочно решать вопрос с пресным водоснабжением (в настоящий момент идет доставка воды из Днепра) и электроснабжением Крыма. Стоит сконцентрировать основные усилия на основных направлениях: энергетика, вода, транспортная инфраструктура. Обсуждается возможность ускоренной прокладки кабеля, подведение мощности с краснодарской стороны, но это проблематично и дорого.

Добраться до Крыма можно через две российско-украинские границы, либо через Керченский пролив. В настоящее время ведутся работы по увеличению пропускной способности керченской паромной переправы, как на краснодарской стороне, так и в Керчи. Сейчас идет работа по удвоению пропускной способности переправы, это будет связано и с организационно-управленческими решениями, и с возможностью привлечения симметричных паромов с организацией расписания, и с выстраиванием дополнительных причалов под работу переправы.

Присоединение Крыма очень дорого обошлось российскому государству, которое вынуждено будет сокращать инвестиции и социальную помощь россиянам примерно на 180 млрд. долларов США [3]. Цифра складывается из оттока капитала в марте 2017 года, который составил 33,5 млрд. долларов, и падения капитализации российских компаний как в стране, так и за рубежом – в общей сложности на 145,5 млрд. долларов.

Несмотря на все минусы, в целом, мероприятия по присоединению Крыма целесообразны. Несомненно, Россия очень много приобрела. Подводя итоги минувшего года, можно сформулировать основные плюсы присоединения Крыма к России.

Во-первых, Россия получила стратегически важную военно-морскую базу Севастополя для своего флота. Глубоководные морские порты Крыма в Керчи, Феодосии и Севастополе позволяют России получить дополнительные портовые мощности. Единственное, но, существенное, условие – необходимость постройки моста через Керченский пролив.

Во-вторых, к России перешло большое количество расположенных в Крыму промышленных и сельскохозяйственных предприятий. Особенно следует выделить

предприятия химической промышленности, судостроение, машиностроение, виноделие и рыбоперерабатывающую промышленность.

В-третьих, Россия приобрела крупный рекреационный регион с возможностью развития международного туризма. Грандиозный курортно-туристический комплекс в Крыму, который, по мнению российских экспертов, при соответствующем инвестировании может приносить огромный доход. Для преимущественно холодной страны, каковой является Россия, приобретение такого большого курорта с давними традициями имеет огромное значение.

В-четвертых, можно отметить улучшение демографической ситуации в России, которая получила импульс за счет увеличения численности населения, около 2 млн. русских вернулись на историческую родину и стали гражданами России. Соответственно произошло увеличение трудовых ресурсов. 60% населения Крыма относится к экономически активному населению и является трудоспособным. Сейчас на полуострове отмечается высокий уровень безработицы и эту проблему придется решать российским властям.

В-пятых, Россия получила крупнейшие химкомбинаты на севере Крыма, занимающие серьезную часть мирового рынка в производстве компонентов для удобрений и реагентов для нефтеперерабатывающей промышленности.

В-шестых, нельзя не отметить, что рынок для сбыта российских товаров значительно расширился (в Крыму проживает 2,37 млн. человек, из них порядка 1,6 млн. составляют городские жители).

Если смотреть на ситуацию с позиции Крыма, то наличие плюсов от присоединения очевидно: ожидается подъем экономики региона, увеличение туристического потока, полное заполнение лимитирующих мощностей – это и аэропорт, который увеличит свою пропускную способность примерно в два раза и пропускную способность взлетно-посадочной полосы, которая увеличится примерно в четыре раза. Сейчас ведутся работы по строительству быстровозводимого терминального комплекса там же, где и существующий, - ожидается, что мощности увеличатся примерно вдвое.

Для Крыма важны все направления в рамках федеральных целевых программ, в большом количестве сейчас реализуемых на территории Крыма. Это и создание новых туристско-рекреационных кластеров, социально-бытовое обустройство мест проживания крымско-татарского и других репрессированных народов, развитие дошкольного и школьного образования, модернизация и реконструкция детского оздоровительного лагеря «Артек», выплата материнского капитала. Основной упор должен быть направлен на снятие инфраструктурных ограничений полуострова. Большая работа предстоит по переоформлению документов, многие жители Крыма обеспокоены судьбой их украинских дипломов об образовании, документов о частной собственности и банковских вкладов.

Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить, что операция обеспечения стабильности на полуострове от принятия решения о референдуме до его проведения – уникальна и беспрецедентна по многим показателям.

Таким образом, всё, что произошло в Крыму, легитимно и закономерно. В. Путин, оценив все в комплексе, провел блестящую операцию по возвращению России её исконной территории [1]. В России отмечается небывалый подъем национального самосознания и патриотизма. Рейтинг президента России достиг исторического максимума при практически полной консолидации общества вокруг политического руководства, что прекрасно понимают наши западные «партнеры».

Крымские татары, ряд украинских и западных политиков и СМИ, а также представители российской оппозиции называют происходящее аннексией Крыма Россией [2]. Сторонники этого процесса называют его воссоединением Крыма с Россией. Российский фактор по-прежнему остается ключевым в обеспечении региональной безопасности при том, что это присутствие в регионе и далее будет подвергаться серьезному напряжению усилиями других крупных геополитических игроков. Сегодня Россия – именно то звено в группе европейских лидеров, которые пытаются остановить нежелательные последствия на Украине и создают новую основу для мирного политического процесса в дальнейшем.

Список использованных источников:

1. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс] / 2014. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> - Загл. с экрана.
2. Политика. Деловая газета «ВЗГЛЯД» [Электронный ресурс] – Москва, 2015. - Режим доступа: <https://news.mail.ru/politics/17240243/> - Загл. с экрана.
3. Государственный совет Республики Крым. [Электронный ресурс] – Симферополь, 2015. - Режим доступа: http://www.rada.crimea.ua/news/04_02_14_3 - Загл. с экрана. Режим доступа: <http://podrobnosti.ua/969733-ubytki-rossii-ot-anneksii-kryma-otsenili-v-179-milliardov-dollarov.html>[Электронный ресурс]- Загл. с экрана.
4. IPress. Вхождение Крыма в состав России [Электронный ресурс]/ 2014. - Режим доступа:http://ipress.ua/ru/news/krimskuu_parlament_prynyal_reshenye_o_vhozhdenuu_kryma_v_sostav_gossyu_52516.html - Загл. с экрана.
5. Договор между Российской Федерацией и Республикой Крым о принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов / 2015. - [Электронный ресурс]Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/20605> - Загл. с экрана.

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РФ И ЕС: ТЕНДЕНЦИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

Позняковская А. – студентка, Баранова Е.В. – старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Европейский союз является лидером в списке торговых партнеров РФ. За последнее десятилетие товарооборот вырос более чем в 3 раза и к 2012 году достиг 336,5 млрд. евро. Объем экспорта товаров из России в ЕС в период с 2002 по 2012 года увеличился в 3,5 раза - с 64,549 до 213,3 млрд. евро, и объем импорта из ЕС в РФ за аналогичный период также вырос в 3,5 раза - с 34,42 до 123,2 млрд. евро. [1]

Рассматривая доли торговли России с ЕС в таблице 1, можно сделать несколько выводов.

Таблица 1 – Доля стран ЕС в статистических показателях внешней торговли РФ, 2012-2014гг., %

	2012	2013	Январь-апрель 2013	Январь-апрель 2014
В товарообороте	48,4	49,0	49,6	49,2
В экспорте	52,7	53,5	54,5	53,5
В импорте	41,4	41,7	41,2	39,7

Источник: [2]

В 2012 и 2013 годах, наблюдалось стабильное повышение как доли экспорта и импорта, так и доли в совокупном товарообороте соответственно. Однако по показателям 2013 и 2014 годов можно заметить спад. Товарооборот по состоянию на январь-апрель 2014 вырос на 0,2% по сравнению с прошлым годом, но это меньше показателя аналогичного периода. Экспорт также по сравнению с тем же периодом упал, хотя по отношению к показателям по итогам 2013 остался стабильным. Импорт на январь-апрель резко упал не только в сравнении с прошлым годом, но и стал меньше показателя 2012 года на 1,7%. Все это связано с нестабильной политической ситуацией, санкциями и продуктовым эмбарго, объявленным Россией.

В 2013 году общая доля экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции в ЕС составляла 0,8% (2,3 млрд. долларов США), что является одной самых малых долей в общей статье экспорта товаров в эти страны. [2]

Поставляемыми в ЕС являются такие товары как зерновые (в частности, кукуруза, рис и пшеница), алкоголь (водка, отдельные сорта пива, ликер), рыба и морепродукты, мясо, подсолнечное масло, кондитерские изделия, овощи и корнеплоды.

Большую часть экспорта составляют зерновые, поставляемые в такие страны, как Испания, Италия, Греция, Нидерланды, Португалия, и алкоголь, поставляемый в Латвию, Германию, Великобританию и Грецию.

Общая доля импорта из ЕС в РФ продовольственных и сельскохозяйственных товаров, которая являлась третьим по величине среди прочих импортируемых товаров, в 2013 году составила 11,3% (15,2 млрд. долл. США), однако, в связи с ограничениями поставок продовольственных товаров в Россию, ввоз некоторых из них приостановлен. [2]

Ввозимыми являлись такие товары, как фрукты, сыры, мясо и мясные продукты, алкогольные напитки, хлебобулочная продукция, макаронные изделия, пшеница, рыба и морепродукты, молоко и молочные продукты, овощи и корнеплоды. [3]

Одними из главных экспортируемыми Евросоюзом категориями продуктов являлись фрукты, в основном груши и яблоки, которые составляли 9% от общего экспорта ЕС. Наибольший объем импорта яблок в РФ до введения продуктового эмбарго обеспечивала Польша, она составляла более 50% от общего количества импортируемых яблок. Большая часть груш поставлялась из Нидерландов и Бельгии. [3]

После фруктов следующее место занимали сыры (8% от общего экспорта ЕС). В конце 2012 года большая доля импорта в Россию была из Литвы (18%), следом идут Германия (15%), Финляндия (10%), Польша (7%), Нидерланды (4%) и Франция (3%). [3]

Доля, приходящаяся на импорт алкоголя в 2013 году, составляла 17%. Основным поставщиком алкогольной продукции являлась Франция, которая поставляла в Россию вино, шампанское, водку, бренди и коньяк. Рассматривая эти товары по-отдельности, помимо Франции, шампанское поставляли также из Италии, водку из Финляндии, Швеции и Польши, вино из Испании и Болгарии. Также в РФ экспортировались виски из Великобритании и Ирландии. [3]

Импорт мяса и мясных продуктов ЕС составлял 37% (1,2 млрд. евро) от общего импорта мяса России. Из этого на свинину приходится 29%, говядину — 26%, мясо птицы — 18%. Основные экспортеры – Германия, Нидерланды, Испания, Дания, Франция. [3]

Ввоз овощей в РФ из Европы составлял 769 млн. евро (30% от всего импорта). Лидерами по экспорту являлись Нидерланды, Польша, Испания, Бельгия, Франция, Греция. [3]

Рыба и морепродукты из Европы поставлялась по большей части из Норвегии (31,8%), доля же в статье экспорта ЕС практически равна половине норвежской продукции, поставляемой в Россию, - 13%. Поставки осуществлялись из Дании, Латвии, Великобритании, Ирландии, Эстонии, Испании и Франции. [3]

Анализируя статьи экспорта и импорта можно отметить, что доля ввозимых в ЕС продовольственных товаров из России очень низка по сравнению с долей вывозимых. Можно сделать вывод, что российский рынок является в большей степени рынком сбыта для стран Европы, и он не позиционируется как конкурирующий. Однако доходы стран ЕС сильно зависят от экспорта продовольственной продукции, что в явной степени выявили меры продуктового эмбарго, введенные РФ в 2014 году.

Список использованных источников:

1. Торговля Россия-ЕС: [Электронный ресурс] // Постоянное представительство Российской Федерации при Европейском союзе.- 2014.- Режим доступа: <http://www.russianmission.eu/ru/torgovlya>

2. Товарооборот России с Евросоюзом за 4 месяца 2014 года составил 103,2 млрд. долларов: [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации.- 2014.- Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/foreignEconomicActivity/201407107>

3. Экспорт пищевой продукции из России: [Электронный ресурс].- 2014. – Режим доступа: http://newsruss.ru/doc/index.php/Экспорт_пищевой_продукции_из_России

РОЛЬ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Пономарев А.А.– студент, Рау Э.И.– к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Образование СЭЗ как альянса между странами для экономического и политического сотрудничества было присуще периоду развития мировой торговли (1241 г.) Формирование СЭЗ было не обходимо для регионов, чья торговля проходила в частности по морским путям. Именно это дало начало строительству морских портов, а следом образования крупных городов таких как: Ватикан, ганзейские города-порты в Северном и Балтийском морях: Гамбург, Любек, Бремен, Копенгаген, Кенигсберг (1241 г.), свободные порты (freeports) как греческий порт Делос, порт Лейгхорн (именно он считается первым свободным портом мира), синк-порто в Англии в XII-XIV вв. в графствах Кент и Сассекс (Нью-Ромней, Хит, Довер, Сандвич, Гастинге), Венеция и Марсель (1228 г.). Им на смену пришли торговые зоны, или зоны свободной торговли (freetradezones). В XVIII в. они появились в Гибралтаре (1704 г.), в XIX в. - в Сингапуре (1819 г.), Гонконге (1848 г.), Гамбурге (1888 г.) и Копенгагене (1891 г.) игравших значительную роль в торговле между странами [1, С.15].

После Второй мировой войны СЭЗ имели широкое развитие в разных странах всех регионов мира. Изначально они формировались, как экспортно-производственные зоны, затем, как технико-внедренческие и трансграничные зоны, развивающиеся с конца 1970-х. Начало современным СЭЗ положила Ирландия, создавшая в 1959 г. СЭЗ Шэннон [1, С.16].

Имея довольно длительное развитие и преодолевая исторические репрессии, войны, революции, сформировались устойчивые элементы СЭЗ, которые служат инструментом реализации макроэкономических, политических и микроэкономических целей, преследуемых страной, регионом, компанией - инвестором зоны. Макроэкономические и политические цели СЭЗ включают в себя: содействие реализации стратегии регионального экономического развития, проведение структурного реформирования экономики. Микроэкономические цели включают: увеличение экспортной валютной выручки, привлечение инвестиций в экономику, содействие занятости местного населения [1, С.16].

Рассмотрим наиболее важные элементы СЭЗ [1, С.17].:

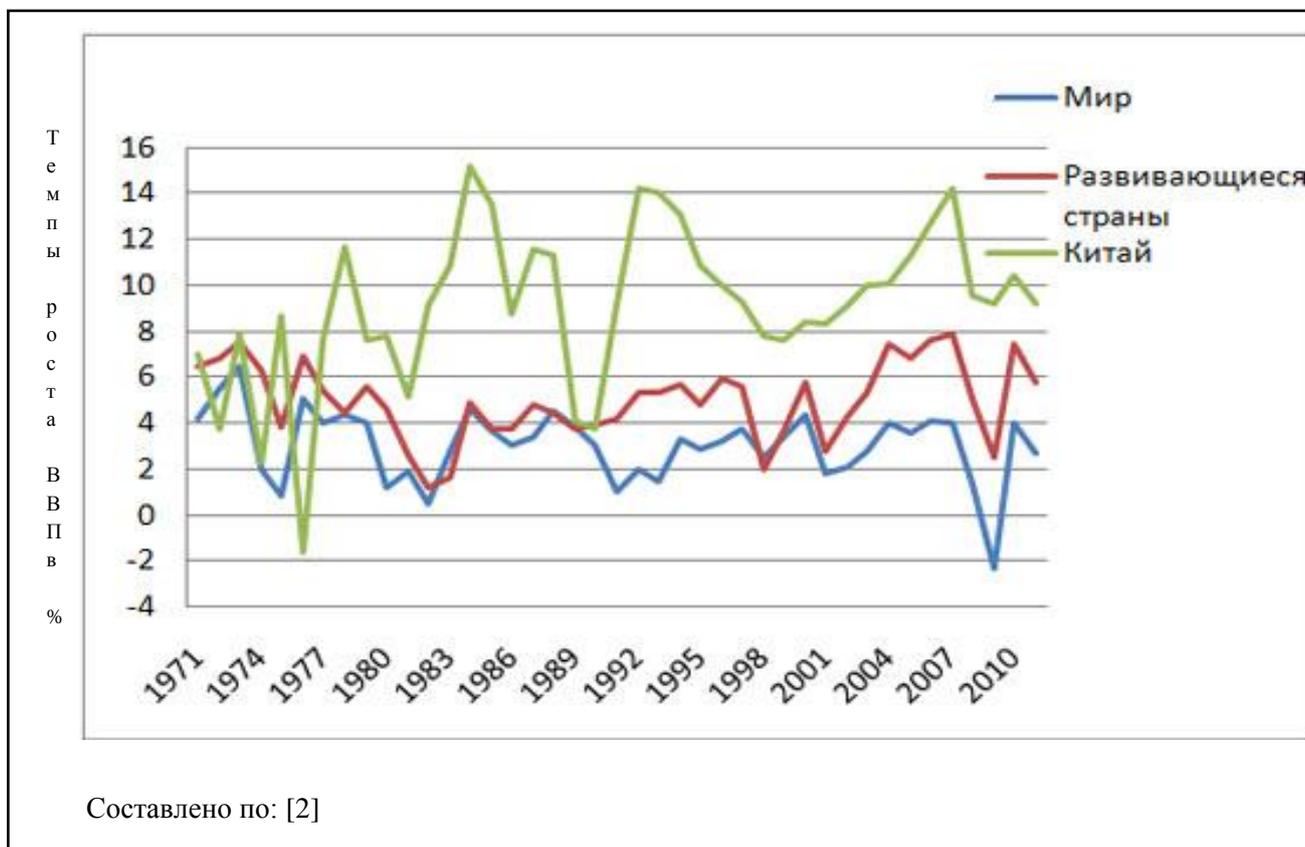
- концепция экстерриториальности, подразумевает размещение СЭЗ за пределами национальной таможенной территории, применение национальных норм и правил по сертификатам качества и происхождения продукции;
- возможность участия в торговых соглашениях, подписанных страной размещения;
- модель государственно-частного партнерства и развитие частных СЭЗ, в том числе четкая регламентация в нормативных актах их сущности и правил деятельности, разработка критериев в отношении частных СЭЗ, развитие конкуренции между частными и государственными СЭЗ на равноправной и справедливой основе;
- разработка пакета стимулов и его предоставление резидентам и не резидентам, ведущим экономическую деятельность на территории зоны, в том числе отсутствие требований в отношении экспорта. Осуществление производства продукции и услуг, размещение зарубежных и национальных компаний, расширение действующих предприятий;
- отсутствие ограничений в отношении зарубежной и национальной собственности, предоставление зарубежным инвесторам равного с национальными компаниями режима (национального режима);
- ведение операций на внутреннем рынке: либерализация продаж на внутреннем рынке, их осуществление на постоянной основе, отношение к продажам на внутреннем рынке как к импорту и к покупкам на внутреннем рынке - как к экспорту;
- соответствие политики занятости в рамках СЭЗ стандартам Международной организации труда, функционирование специального механизма разрешения споров.

Следует так же отметить некоторые функции СЭЗ, которые включают в себя: привлечение иностранных инвестиций, расширение экспортной зоны, развитие экономики и стимулирование экономических процессов внутри СЭЗ, путем рационального использования

привлеченных инвестиций, материальных и трудовых ресурсов.

Дав краткое описание СЭЗ апеллируя историческими событиями формирующие и развивающие их как важнейшие мировые торговые регионы, так же приведем некоторые элементы и их функции, которые отражают их экономическую сущность, отобразим статистические данные, выявляющие экономическую важность СЭЗ воздействующих на мировую экономику (рисунок 1) [2].

Рисунок 1 – Темпы роста ВВП при развитии СЭЗ, %



Таким образом (на рисунке 1) показана динамика ВВП, которая отображает рост ВВП Китая, развивающихся стран и мира. Начиная с 1974 г. СЭЗ имело уже свое начальное развитие, адаптируясь под мировую экономику и к экономическому, политическому режиму в отдельных странах. Наличие и развитие странами СЭЗ увеличивало их ВВП, давая ежегодный прирост на несколько процентов, тем самым развивая и распространяя свое экономическое влияние в мировой экономике.

Образованные и развивающиеся СЭЗ в Китае, в результате положительного экономического эффекта и данных, отображенных (на рисунке 1) дают возможность выявить следующие. В связи с хорошим экономическим результатом и ростом экономики на протяжении нескольких десятилетий благодаря функционированию СЭЗ, Китай начал заниматься образованием СЭЗ в других регионах на своей территории.

В результате расширения и образования новых СЭЗ, реформирования и политики «открытых дверей» ВВП Китая ежегодно увеличивалось в среднем на 9%, так же возрастал экспорт, в результате роста промышленного сектора и других секторов экономики [2].

В 2011 году объем мирового экспорта товаров составил 18197 млрд. долларов, из них 10,4% приходится на Китай. Рост темпов экономики импульсом чего является СЭЗ, дало спрогнозированные результаты, проанализировав период с 1971-2011 годов, доля государства в экспорте товаров в мире возросла в 14 раз [2].

СЭЗ в Китае имеет отличие от других свободных экономических зон в азиатских странах, выражаясь в более широкой диверсификации деятельности и охватом гораздо более значительных территорий [2].

Естественно не во все периоды экономика развивалась, в некоторые периоды переживала экономический спад, поддерживаясь стагнацией, рецессией и другими формами проявления. Причинами этого могли быть обстоятельства не преодолимой силы известные нам, как: вооруженные конфликты, политические трения, природные и технические катастрофы, природные катаклизмы.

СЭЗ в своем существовании и развитие довольно существенно зависят от экономических условий предоставляемых предприятиям различного масштаба при вступлении в СЭЗ, что стимулирует привлечение иностранных инвестиций, затем приток капитала.

Поэтому важно рассмотреть инструменты стимулирующие привлечение иностранных инвестиций и притока капитала, на данный момент этими инструментами стимулирования выступают общие льготы такие как: низкие процентные кредитные ставки; высокая конфиденциальность при регистрации компании, низкая ставка НДС; упрощенная таможенная процедура; предоставление пакета льгот компаниям, размещенным на ее территории; режим свободной таможенной зоны; упрощенные административные процедуры, в том числе режим «одного окна» и др. Пакет общих льгот, предоставляемых резидентам СЭЗ, составляют торговые, налоговые, финансовые и административные льготы [1, С.47].

Все экономические процессы, договоренности СЭЗ регулируются и контролируются правовыми нормами-законами, которые в настоящее время подвергаются постоянным корректировкам и более того не имеют единых правовых рамок т.е., любая страна в праве устанавливать свои правовые нормы при образовании СЭЗ и входящих в нее объектов инфраструктуры, таможенных, налоговых, финансовых и административных, которые предоставляют льготы.

В разработке таких общих правовых норм в международном поле зрения, для контроля и регулирования формирования СЭЗ занимаются следующие международные организации: ВТО, МОТ, ЮНКТАД при ООН. Некоторые общие правовые нормы были разработаны и закреплены международной Киотской конвенцией о СЭЗ принятой в 1973 г., которая гласит об упрощении и гармонизации таможенных процедур вступившая в силу в 1979 г., затем отредактирована 1990 г. [1, С.117].

По мнению Вилфреда Лу, Вице-президента JURONG Consultants, «управление СЭЗ похоже на воспитание ребенка, необходимо постоянно поддерживать ее развитие, пока она не сможет эффективно работать самостоятельно» [2].

Безусловно, роль СЭЗ в мировой экономике требует к себе исключительно особое внимание и является одной из важнейших тематик, изучая объект и предмет, как роль СЭЗ в мировой экономике и их образования. При этом СЭЗ выступает в качестве катализатора при формировании будущей экономической системы и трансформации в более широкие формы и смыслы в своем экономическом существовании.

СЭЗ разными авторами трактуются по разному, авторы Баронов В. И., Костюнина Г. М. трактуют СЭЗ, как географически ограниченную территорию с благоприятным экономическим и правовым статусом для зарегистрированных национальных и зарубежных компаний, которые пользуются системой льгот и стимулов с учетом установленных критериев в отношении ведения определенных видов деятельности на территории зоны.

Термин «свободная экономическая зона» (free economic zone) носит собирательный характер и применяется к разным типам зон независимо от вида хозяйственной деятельности, принципа организации, степени интеграции в национальную или мировую экономику, формы собственности [1, С.118].

Список использованных источников

1. В. И. Баронов, Г. М. Костюнина. Свободные экономические и офшорные зоны (экономико-правовые вопросы зарубежной и российской практики) : учеб. пособие / В. И. Баронов, Г. М. Костюнина. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. - 560 с.

2. WorldEconomicJournal [Электронный ресурс] официальный сайт. - Электронные данные. - Режим доступа: http://world-economic.com/ru/articles_wej-114.html. - Загл. с экрана.

АНАЛИЗ ПОСЛЕДСТВИЙ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО НА ПРИМЕРЕ ВЕДУЩИХ ОТРАСЛЕЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Самусева О. – студентка, Наземцева Ю.Ю. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

После 18 лет переговоров, летом 2012 года, Россия стала полноправным членом ВТО. Присоединение РФ к ВТО означает, что все основополагающие принципы функционирования ВТО распространяются на нашу страну. Россия обязана: 1) на взаимной основе предоставить всем другим членам ВТО режим наибольшего благоприятствования в торговле; 2) все уступки в ослаблении двухсторонних торговых ограничений отныне должны быть взаимными [1, С. 186].

Присоединение Российской Федерации к ВТО неизбежно ведет к усилению открытости внутреннего рынка, а, значит, импортной зависимости (в т.ч. и продовольственной), снижению уровня протекционистской защиты и государственной поддержки и ужесточению условий конкуренции. Таким образом, возрастает вероятность неблагоприятного воздействия внешних факторов на отечественное народное хозяйство.

В связи с высокой дифференциацией регионов РФ по уровню социально-экономического развития, инвестиционной активности, наличию конкурентных преимуществ, последствия вступления России в ВТО варьируются для различных регионов. Таким образом, региональный аспект проблемы выходит на первый план.

Рассмотрим последствия вступления России в ВТО на экономику Алтайского края. По условиям ВТО каждая отрасль должна развиваться самостоятельно, в соответствии с законами свободного рынка, с минимальным вмешательством государства. К сожалению, отечественный агропромышленный комплекс (АПК), в том числе и алтайский, пока не в состоянии полноценно функционировать без поддержки государства. Постановлением администрации Алтайского края от 05 октября 2012 года №523 «Об утверждении государственной программы Алтайского края на 2013-2020 годы» на развитие сельского хозяйства в крае с федерального бюджета принято направить на около 31,5 миллиарда рублей. Это должно способствовать стимулированию роста производства основных видов сельскохозяйственной продукции, создать условия для сохранения и восстановления плодородия почв, повысить эффективность использования земельных ресурсов, повысить уровень рентабельности сельскохозяйственного производства, содействовать созданию и развитию малых форм хозяйствования, повысить уровень занятости и качество жизни сельского населения, стимулировать инвестиционную деятельность и инновационное развитие АПК [2].

К ведущим отраслям Алтайского края принято относить в первую очередь сельское хозяйство, машиностроение и легкую промышленность.

Сфера машиностроения также находится под угрозой в связи с давлением зарубежных производителей. Машиностроительные предприятия нуждаются в модернизации, замене изношенных основных средств, а, следовательно, требуют значительных инвестиционных вложений. Низкая рентабельность отрасли, связанная с ростом цен на энергоносители и металл, приводит к снижению конкурентоспособности продукции, особенно на потребительском рынке. В результате зарубежные компании вытесняют алтайские товары с традиционных рынков. При условии сохранения данной тенденции часть предприятий вовсе прекратят свое существование либо будут вынуждены перепрофилировать свое производство.

Химическая промышленность и производство резиновых и пластмассовых изделий в Алтайском крае сохраняет свои позиции. В этой отрасли задействовано 10 крупных и около 100 мелких предприятий. Среди них самые известные ОАО ПО «Алтайский шинный комбинат», выпускающий более 20 наименований шин, и ОАО «Кучуксульфат» – единственный в стране производитель сульфата натрия. Собственная хорошо развитая химическая промышленность обеспечивает сельское хозяйство региона

высококачественными удобрениями и средствами химизации. Для дальнейшего развития химической отрасли имеется мощный потенциал, но в то же время и она нуждается в технологическом перевооружении. Конкурентоспособность отрасли до последнего времени обеспечивалась низкой себестоимостью сырья и минимальными транспортными расходами. Снижение пошлин на импорт и дефицит средств приведут к ужесточению конкуренции и сокращению объемов производства, так как качество многих видов продукции зарубежного производителя на порядок выше, чем у отечественного.

На территории всей страны известна уникальная фармацевтическая продукция ведущих предприятий Алтайского края. Алтайский биофармацевтический кластер, отличительной особенностью которого является продукция, основанная на особых биоресурсах края, что дает возможность конкурировать с импортными производителями, является одним из драйверов алтайской экономики. В стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации до 2020 г. Алтайский край отнесен к наиболее значимым регионам в сфере производства фармацевтической продукции [3, С. 126]. Для того, чтобы наша фармацевтическая продукция (лекарственные средства, биологически активные добавки, функциональное питание, косметика) выдержала конкуренцию (как ценовую, так и неценовую) с зарубежными аналогами необходима поддержка государства и значительные объемы отечественных и зарубежных инвестиций в основные фонды на техническое переоснащение и разработку оригинальных лекарств.

Пищевая промышленность, животноводство, растениеводство и производство некоторых транспортных средств и оборудования в Алтайском крае уже пострадали от членства России в ВТО, причем намеченная тенденция к ухудшению продолжает усугубляться. Упущенные возможности роста от объема производства варьируются по некоторым отраслям от 9 до 30%. Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Негативный эффект на основные отрасли производства в Алтайском крае после вступления России в ВТО

Отрасль	Пошлина, в %		Темп роста выпуска, в % в год	Доля импорта, в %	Прямые потери, в %	Упущенные возможности роста от объема производства, в %
	До вступления в ВТО	После вступления в ВТО				
Мясо и мясопродукты	25	15	24	5-10	10	22
Молоко и молочные продукты	25	15	18	15-25	4	9
Растительные и животные масла и жиры	25	20	28	30	нет	27
Зерно	15	5	5	2-5	нет	19
Овощи	15	10	11	20-30	нет	21
Картофель	15	10	2	5	нет	10
Железнодорожный подвижной состав	10	0	15	30-40	12	30

Составлено авторами по: [4].

Ведущей отраслью в крае долгое время оставалась легкая промышленность. В современных условиях неограниченного импорта по демпинговым ценам товаров из-за рубежа, отрасль стала непривлекательной для инвесторов. Здесь остро встала и проблема

нехватки кадров, связанная с низкой заработной платой. Крупнейшее действующее предприятие отрасли – ЗАО БМК «Меланжист Алтай», задействовавшее треть от общего числа трудоустроенных в легкой промышленности региона и с удельным весом в производстве 98%, находится в состоянии кризиса, используя свой производственный потенциал менее чем на половину. Основными причинами выступают высокий износ оборудования, нехватка средств, высокая себестоимость продукции и отсутствие госзаказа.

Однако, анализируя последствия вступления России в ВТО, наряду с отрицательными моментами, нельзя не отметить ряд положительных эффектов на развитие экономики регионов, в том числе и Алтайского края. Во-первых, получит импульс развитие отрасли телекоммуникаций как в целом по стране, так и на региональном уровне, если национальный оператор «Ростелеком» сохранит позиции монополиста на услуги дальней связи.

Во-вторых, выиграет банковская сфера. Иностранные конкуренты уже присутствуют в банковском секторе, в том числе и в Алтайском крае. В каждом десятом банке имеется иностранный участник. В таких банках активы и капитал более рентабельны, а, следовательно, и условия кредитования здесь существенно лучше. Это служит источником дополнительного иностранного капитала для наиболее мелких коммерческих банков, что позволит снизить уровень капитализации российского банковского сектора.

Во избежание худшего сценария для российской экономики после присоединения к ВТО необходимо разработать комплексные финансово подкрепленные программы, направленные на адаптацию экономики к новым условиям на уровнях страны, регионов, отрасли и отдельно взятых предприятий. Эта адаптация должна быть направлена на повышение конкурентоспособности региональной экономики и развитие внутренней конкурентной среды. Причем особое внимание региональных властей должно быть направлено на поддержку развития малого и среднего бизнеса. Значимым ресурсом при этом может стать использование объективных конкурентных преимуществ регионов. Чтобы такие программы заработали, например, на уровне Алтайского края, должны быть приняты меры по сокращению себестоимости продукции и обновлению ОПФ. Первоочередной мерой должна стать поддержка государством краевого рынка труда, для чего необходимо реализовать программы подготовки и переподготовки кадров, которые потеряли работу из-за неспособности предприятий выдержать конкуренцию. Для наиболее эффективной работы и повышения конкурентоспособности предприятиям края необходимо наладить межотраслевое взаимодействие.

Эффективное использование особых экономических зон, наукоградов, технопарков, бизнес-инкубаторов и инновационных кластеров, несомненно, будет способствовать повышению конкурентоспособности внутреннего производства. [5, С. 75]. Алтайский край относится к регионам, интенсивно внедряющим кластерный подход в практику регионального управления. Дальнейшая поддержка кластеров позволит алтайским производителям успешно конкурировать с зарубежными предприятиями и стать лидерами в ряде секторов внутреннего и внешнего рынков.

Список использованных источников:

1. Авраменко, Е.С. Экономическая безопасность регионов в контексте вступления России в ВТО / Е.С. Авраменко, С.М. Кадочников, Т.А. Лопатина, И.М. Тёмкина // Экономика региона. – 2012. – № 2. – С. 186-196.

2. Главное управление сельского хозяйства Алтайского края [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Барнаул, 2015. - Режим доступа: <http://www.altagro22.ru/management/normative-documents/postanovlenie-administratsii-altayskogo-kрая-ot-5-oktyabrya-2012-g-n-523-ob-utverzhenii-dolgosroch/>. – Загл. с экрана.

3. В режиме созидания. В ритме позитивных перемен: Социально-экономическое развитие Алтайского края в 2006-2013 годах. Итоги и перспективы. / под общ. ред. М. П. Щетинина. – Барнаул : АЗБУКА, 2013. – 392 с.

4. WTO-ИНФОРМ [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Барнаул, 2015. - Режим доступа: <http://wto-inform.ru/map/>. – Загл. с экрана.
5. Яхнюк, А.С. Экономическая безопасность регионов России в контексте присоединения к Всемирной торговой организации / А.С. Яхнюк // Управленческое консультирование. – 2013. - № 3. - С. 72-76.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕРРОРИЗМ: ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ

Солопова С.А, - студентка, Баранова Е.В. - старший преподаватель

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

Терроризм – одно из самых опасных для современного общества явлений, а проблема борьбы с ним является одной из наиболее значимых и актуальных, причем это проблема мирового масштаба. Обратимся к понятию «терроризм», чтобы разобраться в его особенностях. Терроризм – один из вариантов тактики политической борьбы, связанный с применением идеологически мотивированного насилия [3]. Это явление охватывает почти все государства мира, берёт своё начало еще со второй половины XX века и сейчас продолжает активно развиваться. В настоящее время террористические акты распространены на территории более чем 160-ти государств мира. Самая большая доля террористических актов приходится на такие страны, как Ирак, Пакистан, Афганистан, Нигерия и Сирия.

С каждым годом увеличивается численность террористических группировок и растет число их выступлений. Террористы используют разные методы для достижения своих целей: шантаж (захват заложников – один из распространенных способов воздействия на органы власти), наводят страх и ужас, убийства, разрушение материальных ценностей. От проявлений терроризма страдают как отдельные личности, так и целые государства (их инфраструктура, социально-экономическая политическая стабильность) и, в конечном счете, весь мир.

Выявим особенности современного терроризма. Во-первых, современный терроризм характеризуется самым высоким уровнем технического оснащения террористических группировок. Это означает, что террористические организации имеют возможность использовать неограниченное количество средств и оружия, созданного человеком: холодное, огнестрельное оружие, ядерные заряды, радиоактивные вещества, отравляющие и взрывчатые вещества. Кроме того, не может быть исключена возможность использования оружия массового поражения, что приводит к развитию «ядерного, химического и биологического терроризма».

Следующей особенностью терроризма является все более активное использование террористическими организациями различных средств связи: почты, телефона, современных компьютерных и телекоммуникационных технологий, а последнее значительно упрощает процесс передачи информации при планировании, подготовке и осуществлении террористических операций.

Террористические группировки активно используют методы психологического давления на отдельные группы населения с целью изменения поведения людей, подавления их собственной воли, изменения их сознания, что ведет к увеличению в рядах террористов численности людей, являвшихся гражданами вполне благополучных в социально-экономическом плане государств (например, Франции, Великобритании и пр.), теперь готовых жертвовать собственной жизнью ради «навязанных» идеалов.

Деятельность террористов всегда основывается на определенной тактике. Они действуют группами организованно, даже если группа немногочисленная. Прослеживается тенденция перехода от мелких отдельных террористических актов к масштабным акциям, которые захватывают как можно большие территории. В такой обстановке террористы начинают применять различные методы воздействия на людей, создавая атмосферу всеобщего страха. Для нагнетания страха террористы могут применять поджоги и взрывы

жилых домов, магазинов, вокзалов, мест общественного пользования, штаб-квартир политических партий и т.п. Также вполне традиционными методами являются захват заложников и угоны самолетов. Все это требует формирования руководящих центров, которые осуществляют подготовку операций и организуют взаимодействие между группами [1].

Современный терроризм приобрел массовый характер, в нем принимают участие не только политические группировки, но и крупные национальные и религиозные объединения.

Терроризм активно развивается на фоне роста общего уровня преступности в той или иной стране. При этом зачастую действия организованных преступных группировок схожи с действиями террористических организаций: они также организуют взрывы, захватывают заложников, используют методы устрашения и даже устранения конкурентов, разрушают окружающую среду. И эти два явления развиваются не просто параллельно, а в тесной связке друг с другом.

Следует отметить, что отдельные физические лица, которые могут стать объектом направленного террора (государственные чиновники высокого уровня, предприниматели, банкиры, дипломаты) имеют, как правило, защиту со стороны специальных государственных и частных охранных структур и служб безопасности, а массы обычных людей таких привилегий не имеют, чем активно пользуются террористы. Ведь в современное время наиболее эффективным методом террора является насилие не в отношении представителей власти, а против огромных масс мирных, незащищенных людей [2]. В связи с этим огромное значение имеет профилактика пропаганды терроризма и экстремизма, в том числе информационно-пропагандистская массовая работа среди молодежи, формирование нетерпимости к подобным рода явлениям и изучение правил элементарной безопасности. Поэтому, с нашей точки зрения, изучение основ такого поведения крайне необходимо внедрять в дисциплины, изучаемые как в средней школе, так и в высших учебных заведениях, особенно на первом-втором году обучения в ВУЗах, причем не в качестве факультативных дисциплин или отдельных мероприятий в рамках воспитательной работы студентов, а в качестве обязательных для изучения предметов.

В частности, в АлтГТУ уже на первом году обучения по специальности «Экономическая безопасность» в рамках предметов, обеспечивающих вводные знания по специальности, включены ряд тем, связанных с противодействием терроризму. Студенты готовят презентации, используют ролевые игры при проведении практических занятий, а затем указанные материалы могут быть использованы для презентации школьникам.

Список использованных источников

1. Хофман, Б. Терроризм: взгляд изнутри – М.: Ультра - Культура, 2003.
2. Холмс, Р. Терроризм, жестокость и ненасилие //Метафизические исследования. – Вып. 216. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. – С. 349-369.
3. Жаринов, К. В. Понятие терроризма //Терроризм и террористы: Ист. справочник / под общ.ред. А. Е. Тараса. – Минск, Харвест, 1999. – 606 с.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЕВРАЗИЙСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Собколова С.В. – студент, Казитова Э.И. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Наиболее успешным интеграционным проектом последних двенадцати лет стало учреждение Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС) в составе России, Белоруссии, Казахстана, Киргизстана и Таджикистана в 2000 г.

В процессе развития многостороннего взаимодействия государствами-участниками ЕврАзЭС было принято решение, что углубление сотрудничества будет проходить среди наиболее заинтересованных и подготовленных стран в соответствии с принципом

разноскоростной интеграции. Этот принцип не исключает в дальнейшем присоединения к углубленным форматам сотрудничества новых членов. Реализация принципа нашла свое практическое воплощение в подписании 6 октября 2007 г. Договора о создании Таможенного союза, в который вошли Россия, Казахстан и Белоруссия. Целью формирования Таможенного союза было заявлено создание единой таможенной территории, единого таможенного тарифа и мер регулирования торговли с третьими странами.

Таможенный союз Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации (ТС) объединил более половины населения всего постсоветского пространства и сформировал новые, уникальные возможности для укрепления торговой политики, упрочения финансовых основ развития суверенных государств.

Решению Комиссии Таможенного союза от 27 ноября 2009 года №130 «О едином таможенно-тарифном регулировании Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации» предшествовало принятие «Соглашения о едином таможенно-тарифном регулировании от 25.01.2008. Ранее был подписан Протокол о предоставлении таможенных льгот от 12.12.2008 и Решение Высшего органа Таможенного союза, Межгосударственного Совета ЕврАзЭС от 27.11.2009 №18 «О едином таможенно-тарифном регулировании Таможенного союза республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации».[1]

Сформирована Единая таможенная территория, не нарушающая государственных границ государств-участников. На территории Таможенного союза можно беспрошечно перемещать товары собственного или иностранного производства, естественно, при наличии соответствующих документов. С 15 дней до четырех месяцев увеличен срок подачи деклараций, что дает преимущества малому и среднему бизнесу. Изменен нормативный срок выпуска товаров в свободное обращение. Его значительно сократили. Отменено нетарифное регулирование: требование лицензий, разрешений, соблюдения квот к участникам ВЭД.[2]

Эти юридические мероприятия сказались на экономических параметрах развития, подтверждая единство права и экономики. По данным в 2013 году объем промышленного производства по сравнению с соответствующим периодом прошлого года в Казахстане вырос на 2,3%, в России – на 0,3% , а в Беларуси – снизился на 4,8%. В целом по ТС и ЕЭП промышленное производство за 2013 год увеличилось на 0,2%. [3]

Производство продукции сельского хозяйства в январе-декабре 2013 года по сравнению с соответствующим периодом прошлого года увеличилось в целом по странам ТС и ЕЭП на 6,0%. В Казахстане и России производство сельскохозяйственной продукции в сопоставимых ценах возросло на 11,6 и 6,2% соответственно. В Беларуси в рассматриваемом периоде сельскохозяйственное производство снизилось – на 4,0%.

Объем инвестиций в основной капитал за январь-декабрь 2013 года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года увеличился в Беларуси на 7,4%, Казахстане – на 6,5%, а в России уменьшился на 0,3%. В целом по странам ТС и ЕЭП объем инвестиций в основной капитал в январе-декабре 2013 года по сравнению с аналогичным периодом 2012 года вырос на 0,6%. [4]

Ввод жилья в эксплуатацию в странах ТС и ЕЭП в январе-декабре текущего года по отношению к январю-декабрю 2012 года увеличился в целом по трем странам на 6,0%, в том числе в Беларуси – на 17,6%, Казахстане – на 1,5%, России – на 5,5%. [4]

Объем розничной торговли в январе-декабре 2013 года вырос по сравнению с соответствующим периодом 2012 года во всех странах ТС и ЕЭП: в Беларуси – на 18,2%, Казахстане – на 12,7%, России – на 3,9%, а в целом – на 4,8%. [4]

Индекс потребительских цен в декабре 2013 года по сравнению с декабрем 2012 года в целом по странам ТС и ЕЭП составил 106,9%. По сравнению с предыдущим месяцем потребительские цены в Республике Беларусь выросли на 2,4%, в Республике Казахстан – на 0,7%, в Российской Федерации – на 0,5% [4]

Номинальная заработная плата, начисленная в среднем за декабрь 2013 года, превышала ее уровень в декабре 2012 года в Беларуси на 23,1%, Казахстане – на 7,6%, России – на 8,5%.

Реальная заработная плата (с учетом роста потребительских цен на товары и услуги) в данном периоде увеличилась в Беларуси на 5,7%, Казахстане – на 2,6%, России – на 1,9%. [4]

Уровень безработицы, рассчитанный в соответствии с критериями МОТ, в декабре 2013 года в Казахстане остался на уровне предыдущих месяцев – 5,2%, в России – повысился до 5,6% (в ноябре – 5,4%). В целом по ТС и ЕЭП уровень безработицы, по оценке, составил 5,4% численности экономически активного населения. Для сравнения: уровень безработицы в Европейском Союзе в ноябре 2013 года составил 10,9%, в США в декабре 2013 года – 6,7%. [4]

Создание Таможенного Союза – это сложный процесс, затрагивающий многие аспекты в жизнедеятельности стран участниц. Таможенный союз положительно влияет на экономики всех трех стран – улучшает инвестиционный климат, потому что рынок сбыта каждой из них значительно вырос, ускоряется процесс перемещения товаров. Такая динамика станет привлекательной для дальнейшей интеграции. Вступление Армении в Таможенный союз 10 октября 2014 года и создание Евразийского Экономического Союза является следующим шагом в Евразийской интеграции, экономические результаты которой будут иметь положительную динамику и в дальнейшем.

Список использованных источников

1. Акимова, М.В. Перспективы расширения Таможенного Союза ЕврАзЭС на постсоветском пространстве // Вестник ВолГУ. Серия 9: Исследования молодых ученых . 2013. №11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-rasshireniya-tamozhennogo-soyuza-evrazes-na-postsovetskom-prostranstve>

2. Распопов, С.В. Евразийский Союз: Проблемы и перспективы интеграции Белоруссии, Казахстана и России// Потенциал современной науки . 2014. №4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/evraziyskiy-soyuz-problemy-i-perspektivy-integratsii-belorussii-kazahstana-i-rossii>

3. Харлов, А. В., Ноженко Д.Ю. Основные итоги функционирования таможенного союза // Экономика региона . 2012. №4 (32). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-itogi-funktsionirovaniya-tamozhennogo-soyuza>

4. Об основных социально-экономических показателях государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства в январе-декабре 2013 года // Евразийская Экономическая Комиссия [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/econstat/Documents/Indicators201312.pdf

МЕРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

Туркина Е.К., Шаркань Э.М. – студенты, Козина О.В. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Проблема обеспечения экономической безопасности является весьма важной для деятельности коммерческого банка (кредитной организации). Защищенность – это умение и способность кредитной организации безошибочно противостоять самым различным попыткам криминальных структур или недобросовестных конкурентов нанести ущерб законным интересам банка [1].

Необходимость управления экономической безопасностью коммерческого банка в современных экономических условиях стоит особенно остро. Развитие мировой экономики, активное развитие информационных технологий вынуждает кредитные организации искать новые способы защиты от мошенничества.

Проблема защиты от мошеннических действий злоумышленников является весьма актуальной задачей для большинства коммерческих банков не только РФ, но и иностранных.

Действия злоумышленников, направленные на кражу денежных средств со счетов клиентов банка приводят к росту затрат банков на обеспечение безопасности их деятельности, а также росту финансовых потерь за счет причиняемого материального ущерба.

Наиболее распространенными примерами действий мошенников, наносящими серьезный ущерб банкам и их клиентам являются:

- 1) создание дубликата или кража банковской карты клиента и попытка снятия с неё денег через банкомат в другом городе или другой стране;
- 2) установка на компьютере клиента банка вредоносной программы с целью перехвата параметров аутентификации и выполнения транзакций от его имени;
- 3) перехват интернет-соединения клиента с системой ДБО и выполнение финансовых транзакций от его имени.

Анализ нормативно-правовой базы позволяет сделать вывод, что РФ уделяет серьезное внимание обеспечению экономической безопасности банка. Так, например, согласно статье 9 Федерального закона № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» ответственность за несанкционированное списание средств со счета клиента несет банк [2]. Таким образом, если клиент сообщил, что средства были списаны со счета без его согласия не позднее чем через день после получения уведомления о транзакции, банк обязан в течение суток возместить ему утраченные средства. Несмотря на то, что вступление в силу данной нормы отложено на один год, банкам следует уже сейчас предпринимать меры, направленные на повышение уровня защиты от возможных действий злоумышленников.

Основной целью системы экономической безопасности банка является обеспечение стабильного функционирования и предотвращение угроз его безопасности, недопущения хищения финансовых и материально-технических средств, уничтожения имущества и ценностей, разглашения, утраты, утечки, искажения и уничтожения служебной информации, нарушения работы технических средств, обеспечения производственной деятельности, включая и средства информатизации [3]. Меры обеспечения экономической безопасности банковской деятельности представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Меры обеспечения экономической безопасности банковской деятельности

Согласно данным Сбербанка России с начала 2012 года было зафиксировано 467 случаев хищения денежных средств со счетов клиентов банка в рамках дистанционно-банковского обслуживания на сумму более 362 миллиона рублей [4].

Также следует отметить возможные пути защиты от банковского фрода. Стратегии защиты от банковского фрода существует две – со стороны клиента или со стороны банка. Осуществление функций защиты со стороны клиента включает в себя: усиленную аутентификацию пользователя, создание доверенной среды для работы клиент-банка,

разработка требований по защите рабочего места, на котором установлена система ДБО и др. К сожалению, в силу сложности задачи, а также не всегда высокого уровня технической квалификации пользователя, полностью решить проблему защиты на уровне клиента не представляется возможным. Именно поэтому банки все чаще в дополнении к существующим средствам защиты реализуют функции безопасности на стороне банка [5]. В общем случае система защиты от банковского фрода должна удовлетворять следующим требованиям:

- 1) эффективно выделять транзакции, связанные с действиями мошенников;
- 2) обеспечивать меньшее количество ошибок первого рода, связанными с ложными срабатываниями системы (когда система считает транзакцию мошеннической, хотя она таковой не является);
- 3) обеспечивать возможность не только выделения мошеннической транзакции, но и её блокировки;
- 4) работать в реальном масштабе времени, обрабатывая большое количество транзакций;
- 5) обеспечивать прозрачную интеграцию с существующими бизнес-процессам и ИТ-системами банка;
- 6) обладать свойствами самообучения и простоты эксплуатации;
- 7) иметь в составе поставки уже готовый набор правил, учитывающий российскую специфику банковских транзакций.

На сегодняшний день практически любой российский банк сталкивается с проблемой фрода. Одним из возможных путей решения данной проблемы является применение специализированных систем выявления мошеннических операций, примером которой является решение на базе продукта HP ArcSight [6]. Данное решение уже успешно используется в российских банках и практический опыт его эксплуатации доказал его эффективность за счет предотвращения реального ущерба, который мог бы быть нанесен банку действиями мошенников.

Согласно данным, полученным в результате исследования Европейским центральным банком проблемы карточного мошенничества в Европе, начиная с 2007 года заметна тенденция к снижению количества кражи данных платежных карт. Важную роль в этом сыграла активизация технологического развития. Среди основных причин снижения уровня мошенничества при участии банкоматов и POS-терминалов ЕЦБ называет повышение степени защиты карт и соответствующей платежной инфраструктуры. Самым важным шагом стало широкое внедрения стандарта EMV. Внедрение данных мер безопасности рекомендовано ЕЦБ и является составной частью стратегии SEPA-миграции. Однако данные меры повышения безопасности не решают задачу защиты транзакций, совершенных без участия карты. Объем мошеннических CNP-транзакций возрастает, как в абсолютных, так и в относительных показателях. Несмотря на снижение общего объема мошеннических операций, карточное мошенничество остается сферой интересов организованных преступных сообществ. Европейский Центральный Банк считает, что противодействие ему требует активного сотрудничества всех заинтересованных сторон для разработки превентивных мер и единых международных стандартов [7].

Из всего вышесказанного следует сделать вывод, что в настоящее время проблема мошенничества в банковской сфере стоит весьма остро и все мировые банки находят всевозможные пути для предотвращения данных трудностей.

Список использованных источников:

1. Стратегия национальной безопасности государства до 2020 года. Утверждена указом Президента РФ от 12 мая 2009 года №537.
2. Федеральный закон РФ «О национальной платежной системе». – Москва, Кремль, 2011. – 7с.
3. Миляев, П. В. Экономическая безопасность коммерческого банка в системе национальной безопасности государства / П.В. Миляев – М.: Аудит и финансовый анализ, №2, 2010. – 152 с.

4. Проблема защиты от банковского фолда и возможные пути ее решения [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Москва, 2014. – Режим доступа: www.dialognauka.ru - Загл. с экрана.

5. Организация деятельности коммерческого банка/ под ред. Тагирбекова К.Р. – М.: Весь Мир, 2004. – 220 с.

6. Гордиенко, Д. В. Основы экономической безопасности государства/ Д.В. Гордиенко – М.: Финансы и статистика, 2009.- 360 с.

7. Appraising the European Central Bank[Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Germany, 2014. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/europe> - Загл. с экрана.

ИНВЕСТИЦИИ В ЭКОНОМИКУ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Фельдман Ф.Д. – студент, Роговский Е.И. – науч. рук., д.э.н., профессор.

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Одной из задач, стоящих в настоящий момент перед муниципальными образованиями, является создание условий для повышения качества жизни населения. При этом в условиях нынешнего дефицита финансовых ресурсов муниципальных образований ее невозможно решить без привлечения инвестиций в реальные секторы экономики.

В то же время сегодня множество муниципалитетов испытывает трудности в организационно-деятельности по привлечению инвестиций на свою территорию.

Инвестиционный климат в муниципальном образовании определяется взаимодействием двух его составных частей - инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности. Сопоставление фактической и возможной инвестиционной активности муниципального образования показывает степень реализации этой привлекательности, т. е. реальное использование хозяйствующими субъектами и органами местного самоуправления инвестиционного потенциала соответствующего муниципального образования.

Инвестиционная привлекательность муниципального образования- это ряд объективных возможностей и ограничений, которые влияют на количество привлекаемых инвестиций и инвестиционную активность муниципального образования. Инвестиционная активность муниципалитетов зависит, на мой взгляд, от кадрового потенциала органов местного самоуправления, уровня их профессионализма и подготовки в рассматриваемой сфере. В случае если у органов местного самоуправления нет понимания, для чего использовать территорию в приоритетном порядке, достичь эффективного социально-экономического развития муниципального образования невозможно. Кроме того, успех будут иметь лишь те муниципалитеты, администрация которых не только содействует инициаторам проектов, но и активно ищет новые рыночные ниши, предлагая свои возможности.

Один из главных факторов, влияющих на инвестиционный климат, - это существующая система законодательства, которая определяет нормативно-правовой порядок инвестиционной деятельности и определяет принципы и механизм взаимоотношений инвесторов с органами государственной власти и местного самоуправления с одной стороны и иными участниками экономических отношений и субъектами хозяйствования - с другой.

Законодательство Российской Федерации определяет правовые и экономические основы инвестиционной деятельности и устанавливает гарантии равной защиты прав, интересов и имущества субъектов инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, независимо от форм собственности, а для органов местного самоуправления выделяет необходимость принятия и организации выполнения планов и программ стратегического социально-экономического развития муниципальных образований, учитывающих, прежде всего инвестиционную составляющую.

Во многих муниципальных образованиях Российской Федерации (в основном в городских округах и муниципальных районах) вопросы формирования инвестиционной

привлекательности территории действительно решаются через реализацию муниципальных программ или стратегий инвестиционного развития муниципального образования.

Помимо нормативно-правовой базы одним из важных направлений инвестиционной привлекательности муниципального образования является маркетинг территории, или улучшение ее «инвестиционного имиджа» в глазах потенциальных инвесторов. В муниципальных актах данному направлению должно уделяться особое внимание.[1]

Привлечение инвестиций в экономику муниципального образования является одной из наиболее важных задач, решение которой позволит достичь динамичного социально-экономического развития территории. Инвестиционная политика муниципального образования напрямую зависит от политики региона. Поэтому необходима теснейшая взаимосвязь между региональной и муниципальной инвестиционной политикой. Политика региональных, муниципальных органов власти и деятельность бизнес структур в значительной степени влияют на уровень инвестиционной активности и темпы экономического роста территорий. Инвестиционная и в целом хозяйственная деятельность во многом зависит от ряда объективных факторов и условий, в том числе от инвестиционного потенциала муниципальных образований, региона. Важнейшим условием повышения инвестиционного потенциала муниципального образования является наличие инфраструктурно-обустроенных площадок под строительство или размещение объектов инвестирования, которые требуют взаимоувязанной работы региональных органов власти и органов местного самоуправления.

Принятие мер по повышению инвестиционной привлекательности муниципальных образований, формированию максимально комфортных условий работы для инвесторов станут эффективным инструментом повышения финансовой устойчивости, стабильности, эффективному развитию экономики муниципального образования и региона в целом. В обязательном порядке необходимо предусмотреть меры, направленные на повышение уровня квалификации муниципальных служащих в сфере привлечения инвесторов на территории. Ускорение разработки и внедрения единого стандарта организации работ по привлечению инвестиций позволит выработать определенный алгоритм в работе с инвесторами и улучшить инвестиционный климат.

Предлагаю:

1) Создать муниципальную программу по улучшению инвестиционного климата и привлечению частных инвестиций, главной целью, которой будет являться увеличение объема инвестиций, повышение инвестиционной привлекательности территории и создание комфортных условий для осуществления инвестиционной деятельности. Данная программа должна предусматривать перечень конкретных действий, предпринимаемых администрацией города для увеличения притока инвестиций в экономику и социальную сферу города.

2) Разработать ежегодно обновляемый план создания необходимой для инвесторов транспортной и инженерной инфраструктуры в муниципальном образовании. В данном плане должны быть отражены: источники и размеры финансирования для каждого объекта, планируемые сроки строительства и фактическое состояние данных объектов.

3) При главе администрации города создать инвестиционный совет, который будет рассматривать спектр вопросов, относящихся к привлечению инвестиций в город, а также курировать реализацию инвестиционных проектов. В состав совета предлагаю включить: работников администрации, представителей бизнес сообщества, а также представителей общественных структур.

4) Создать условия для минимизации административных барьеров при общении инвестора со структурными подразделениями администрации.

5) Разработать алгоритм взаимоотношений инвесторов с представителями власти.

6) Разработанные администрацией мероприятия по поддержке инвесторов и данные об инвестиционных проектах, должны быть опубликованы, т.е. размещены на сайте администрации города для информирования населения и потенциальных участников инвестиционных проектов.

7) Информация о состоянии инвестиционных проектов и мероприятий должна быть актуальна, т.е. регулярно обновляться.

8) Создать единую базу инвестиционных проектов и предложений. При описании каждого инвестиционного проекта должны быть указаны требуемый объем инвестиций в реализацию проекта, а также условия, на которых предполагается участие в проекте инвестора, осуществляющего капитальные вложения.

Отдельного внимания заслуживает неэффективно используемое имущество казны муниципального образования и имущество муниципальных предприятий, а также земельные участки, отошедшие муниципалитету после окончания процедуры банкротства предприятий и организаций разных форм собственности.

Особое внимание следует уделить сельским поселениям, которые, с одной стороны, малочисленны и непривлекательны для большинства сфер бизнеса, а с другой - являются основными держателями земельных ресурсов, необходимых для организации новых и расширения действующих производств. Это тоже необходимо иметь в виду и с учетом данных факторов разрабатывать программы и стратегии инвестиционного развития для этого типа муниципальных образований.

Что касается Алтайского края, то могу сказать, что прирост объема инвестиций в основной капитал по итогам 2014 года составил 3,7%, впервые превысив планку в 102 миллиарда рублей.

Бюджетные ассигнования в рамках реализации краевой адресной инвестиционной программы составили 2196,3 млн. рублей, в том числе в рамках Программы «80х80» - 715,4 млн. рублей.

На реализацию мероприятий 17 федеральных целевых программ и проектов непрограммной части из федерального бюджета в край поступило 12,5 млрд. рублей, в том числе капитальные вложения - 7,3 млрд. руб., на условиях софинансирования из бюджета Алтайского края поступили средства в размере 2,4 млрд. рублей. Средства направлены на развитие здравоохранения, образования, культуры и туризма, сельского хозяйства, ЖКХ, обеспечение доступным и комфортным жильем, защиту населения и территорий от чрезвычайных ситуаций.

Средства государственной поддержки за 2014 год на реализацию 10 инвестиционных проектов в виде субсидирования части банковской процентной ставки составили 41,2 млн. рублей, в виде субсидирования затрат по уплате налога на имущество - 46,4 млн. рублей.

В наступившем году работа по активизации инвестиционной деятельности будет продолжена в приоритетном порядке. На развитие Алтайского края планируется привлечь порядка 110-114 миллиардов рублей инвестиций. Перспективными направлениями социально-экономического развития в данной области станут следующие:

1) Реализация Стандарта деятельности органов исполнительной власти Алтайского края по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе;

2) Основная часть прироста инвестиций в основной капитал будет обеспечена развитием сельского хозяйства, обрабатывающих производств, транспорта и связи; свой вклад в динамику инвестиций внесут проекты, направленные на развитие туристической сферы региона;

3) Помимо сохранения всех действующих видов государственной поддержки, введение в практику дополнительных инструментов государственной поддержки инвестиционных проектов, таких как субсидирование инвестору-лизингополучателю части лизинговых платежей в рамках договоров финансовой аренды (лизинга); субсидирование части затрат на приобретение высокотехнологичного оборудования, субсидирование затрат на технологическое подключение.

Алтайский край продолжает уверенно наращивать свой инновационный потенциал. В 2014 году в целях концентрации ресурсов на приоритетных направлениях, повышения инновационной активности бизнеса усилена работа по подготовке программных документов. На долгосрочную перспективу утверждены концепция развития региональной

инновационной системы, государственная программа Алтайского края «Экономическое развитие и инновационная экономика», программы развития биотехнологий и инновационного территориального кластера «АлтайБио».

Как и в предыдущие годы, опережающими темпами развивается инновационная система наукограда Бийска. Организации города обеспечивают две трети объема отгруженной инновационной продукции региона. На площадке наукограда реализуется более 20 инновационных проектов, наиболее масштабный из них - строительство нового фармацевтического комплекса ЗАО «Эвалар» по производству твёрдых лекарственных форм.[2]

Список использованных источников

1.Кутафин О. Е. Муниципальное право Российской Федерации / Кутафин О.Е., Фадеев В.И.– Москва: Изд-во Проспект, 2009.– 21 с.

2. Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Барнаул, 2015. – Режим доступа: <http://www.altairegion22.ru/>. – Загл. с экрана.