

	менее 1 месяца					
Активы						
Денежные и приравненные к ним средства	3951595	-	-	-	-	3951595
Депозиты в банках	21030000	2567739	701167	5601548	4991997	34892451
Долговые цен.бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	2242957	250107	14758851	3789786	4849558	25891259
Займы выданные	-	-	3725	54339	872	58936
Итого финансовые,чувствительные к изменению % ставок, по состоянию на 31.12.2017г.	27223552	2817846	15463743	9445673	9842427	64794241
Обязательства						
Заемные средства	-	-	-	3661342	-	3661342
Итого финансовые обязательства, чувствительные к изменению % ставок, по состоянию на 31.12.2017г.	-	-	-	3661342	-	3661342
Чистая позиция по состоянию на 31.12.2017г.	27224552	2817846	15463743	5784331	9842427	61132899

Анализ чувствительности прибыли или убытка и собственных средств (за вычетом налогов) к изменениям справедливой стоимости финансовых инструментов, оцениваемых по справедливой стоимости, изменения которой отражаются в составе прибыли или убытка за период, вследствие изменений процентных ставок (составленный на основе позиций, действующих по состоянию на 31 декабря 2017 г. и 31 декабря 2016 г., и упрощенного сценария параллельного сдвига кривых доходности в сторону увеличения или уменьшения процентных ставок). Подобные колебания могут увеличивать уровень процентной маржи, однако могут и снижать его либо, в случае неожиданного изменения процентных ставок, приводить к возникновению убытков.

Список использованных источников

1. Жук, И.Н. Конкурентоспособность страховой организации и ее кластерное обеспечение / И.Н. Жук // Страховое дело. – 2011. - №12. - С. 18;
2. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий конкурентоспособность предприятия и управления конкурентоспособностью предприятия //Маркетинг в России и за рубежом.№2. 2016.- С.91-94;
3. Угольников О.Д., Петров А.П., Угольников В.В. Государственно-частное партнерство как условие конкурентного развития экономики. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – С.163;
4. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.:Альпина Бизнес Букс,2006.- С.715;
5. Портер М.Е. Конкурентная стратегия. М.:Альпина Бизнес Букс,2009.- С.454;
6. Шуваев М.А. Экономическая сущность понятий конкурентоспособности предприятия и продукции //Экономическое возрождение России,№4. 2010 – С.68.

82.15.17

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Автор: Лямина Наталия Игоревна, студентка филиала «Протвино» государственного университета «Дубна» г. Протвино Московской области

Научный руководитель: к.э.н, Захарова Лидия Ивановна, доцент кафедры информационных технологий

Аннотация.

Исследуется история развития сервисной отрасли в России, проводится анализ современного состояния данного рынка, отмечаются причины, тормозящие развитие сервисной деятельности и пути их устранения.

Annotetion

The history of the service industry in Russia is studied, the analysis of the current state of the market is carried out, the reasons hindering the development of service activities and ways to eliminate them are noted.

Ключевые слова: рынок услуг, отрасли экономики, потребности, структура экономики, ВВП, оборот, конкуренция, региональная экономика.

Keywords: services market, economic sectors, needs, economic structure, GDP, turnover, competition, regional economy.

Сфера услуг как главная часть сервисной отрасли – одна из трех составляющих экономики, наряду с промышленной индустрией и сельским производством, включающая в себя все виды как коммерческих, так и некоммерческих услуг.

Актуальность данной работы состоит в том, что развитие сервисной отрасли, во-первых, характеризует уровень благосостояния граждан, во-вторых, способствует развитию экономики и росту ВВП. Кстати, отметим, что доля услуг в ВВП развитых стран превышает 65%, а в США достигла 77%, в России – около 55%. Именно за последние двадцать – двадцать пять лет эта сфера стала едва ли не самой динамично-развивающейся сферой нашего хозяйства. Однако, сможет ли российский бизнес повысить данный показатель с учетом сложившейся экономической ситуации в стране и составить достойную конкуренцию западным партнерам.

Цель исследования – оценить состояние сервисной отрасли в России и наметить пути улучшения положения на данном рынке.

Задачи исследования:

- изучить историю возникновения и становления сервисной отрасли России;
- проанализировать сложившееся состояние сфере услуг;
- выявить проблемы и наметить пути развития российского рынка услуг.

Как показывает история, возникновение сервисных услуг в России было тесно связано именно с феодально-капиталистическими способами производства. Но оказываемые услуги были направлены на удовлетворение господствующих классов. На них, по сути, работали такие специалисты, как ювелиры, модистки, парикмахеры, фотографы, различного рода ремесленники, строители, гувернеры и др.

Далее, развитие сервисной деятельности в России можно условно разделить на четыре периода: первый период - (до 1890 г. XIX века), второй период - (1890-1917 г.г.), третий - (1918-1990 г.г.), четвертый период - (с 1990 г.). Рассмотрим характерные черты указанных периодов.

В первом (так называемом просветительском) периоде с ростом ремесленного производства появляются услуги бытового обслуживания, непосредственно связанные с изготовлением изделий на заказ. Самыми распространенными и популярными оказываются банные услуги (стабильный спрос, плюс большая прибыль при минимуме затрат). Далее, с возникновением фотографии появляется необходимость в открытии фотографических салонов-ателье, в основном, в крупных городах (Москва, Петербург и т.п.). Услуги же питания оказывались в основном кабаками, а затем так называемыми питейными домами (в основном для опричников и служивых людей), непосредственно трактирами (как правило, для городских и сельских жителей: фабрикантов-промышленников, живописцев, извозчиков, торговцев, мастеровых и т.п.). Кроме этого, возникают новые виды услуг - бальнеологические курорты (в Старой Руссе, Кашине,

Ялте, Липецке, Кавказе и др). Туристические же путешествия становятся неотъемлемой частью образования - школьного, специального и высшего, а также используются для сбора научно-географической и краеведческой справочно-информационных данных.

Второй (можно сказать – предпринимательский) период начался непосредственно с развитием капитализма в России. Теперь растет число оказываемых бытовых услуг, в основном ориентированных на высшие классы. Их оказывают прачечные, портновские мастерские, сапожные, часовые, кузнечно-слесарные, столярные, химчистки и др. Кстати, в это же время создается туристская инфраструктура: рестораны, гостиницы (Кавказская Ривьера), транспортная сеть, формируется туристский рынок, который непосредственно обслуживает два основных сегмента – элитарный туризм состоятельно-зажиточных слоев и экскурсионный, рекреационный туризм интеллигенции; появляются специализированные туристские фирмы, бюро, компании, клубы и т.п.

Третьему (условно названному организационно-централизованным) периоду предшествовала национализация гостиниц и предприятий бытового обслуживания. Примечательно, что основные тенденции данного периода в туризме связаны с развитием большей частью семейного, самодеятельного, спортивного, социального туризма, созданием материальной базы для рекреационного туризма, законодательно-организационным регулированием внешнего (выездного) туризма.

Четвертый (можно сказать, переходный) период характеризуется переходом от административно-командного управления к экономическому стимулированию, причем, во всех областях, в первую очередь возникновением совершенно новых видов туристских услуг (шоп-туры, развлекательные и др.), появлением малых и средних туристских бизнес-фирм, ростом выездного туризма. В 2000 г. продолжается дальнейшее развитие туристского рынка, освоение специфических новых технологий в гостиничном бизнесе, использование информационно-коммуникационных технологий - компьютерных систем бронирования и резервирования, развитие научной базы туризма, активизация продвижения турпродукта на рынке, совместное управление ими с иностранными фирмами.

Кстати, за последнее время наш, отечественный сервис освоил множество разновидностей услуг, с которыми общество советского периода непосредственно не сталкивалось: консалтинг; инжиниринг; игровой и шоу-бизнес; психологическое (индивидуальное и семейное) консультирование; услуги фитнес-центров; транспортно-экспедиционные услуги и т.п.

Кроме того, в качестве стремительно-обновляющегося сегмента национальной сферы услуг ныне выступают непосредственно услуги связи, Интернет-услуги, приобретающие для различных потребителей комплексный характер (информационные, коммуникационные, художественно-эстетические, развлекательные и т. п.).

Каково же участие населения в сервисной сфере? Например, в Российской Федерации в сфере услуг занято более 65% занятых в экономике граждан. В странах Евросоюза и США доля занятых в сфере услуг составляет 74 и 81% от всего трудоспособного населения. В Японии этот показатель достигает 71%, а в странах с неразвитой экономикой доля сферы услуг составляет менее 50%. Например, в Киргизии, этот показатель составляет 48%, а в Таджикистане в сфере услуг занято всего лишь 27% трудоспособного населения.



Рис.1 Структура экономики РФ по количеству занятых, %

Структура сферы услуг, (без учета торговых услуг) включает в себя 10 основных направлений.

- Жилищно-коммунальные услуги – 26.9%
- Транспортные услуги – 18.6%
- Услуги связи – 17%
- Различные бытовые услуги – 10.8%
- Услуги медицины и здравоохранения – 7.8%
- Услуги образования – 6.5%
- Гостиничные и туристические услуги – 4.4%
- Услуги культуры, а также физкультуры и спорта – 2.1%
- Услуги правового характера – 1.3%
- Другие услуги – 4.3%



Рис.2 Оборот платных услуг в медицине и образовании, % от общего кол-ва

В денежном эквиваленте, в среднем на одного жителя России в 2014 году было оказано услуг на сумму 51.1 тыс. рублей. Это на 6% больше чем в 2013 году. Больше всего было оказано услуг в жилищно-коммунальном хозяйстве – на сумму 13.84 тыс. рублей на человека.

Из 65% процентов трудящихся, занятых в сфере услуг больше всего приходится на торговлю – 24.6% от всех занятых в этой отрасли экономики. Второе

место занимают услуги транспорта и связи, здесь в общем работают 15.3% трудящихся в отрасли. На третьем месте услуги системы образования – около 13.8% работающих в сфере услуг.

В целом сегодня в практике отечественного сервиса очевидны положительные сдвиги в следующих направлениях:

- производители услуг осознают значение потребителей в развитии бизнеса и конкуренции; за потребителя идёт борьба;
- трансформируются в лучшую сторону многие организационно-технологические стороны обслуживания: исчезли очереди в магазинах, множество операций производится с помощью компьютерной техники и пр.;
- большее внимание уделяется эстетическим сторонам обслуживания. Привлекательный вид приобретают витрины, выкладка товаров, интерьеры приемных помещений и контактных зон сервисного предприятия.

Однако, необходимо констатировать, что многие специфические черты российской экономики, в том числе и сферы услуг, обусловлены особенностями регионального экономразвития. В то время как в большинстве государств проблема региональной экономики и проблема национальной экономики идентичны по содержанию, в России проблемы региональной экономики обладают, причем ярко выраженной, спецификой и определяются типом каждого отдельно взятого региона, его непосредственно экономико-географическими параметрами, основными ресурсами, производственной базой, инфраструктурой, местом региона в национальной экономической системе и прочими довольно значимыми факторами. Кстати, этим определяются непосредственно и отличия в уровнях развития различных отраслей, в первую очередь, сферы услуг, на которые существенный отпечаток накладывает именно региональная составляющая [1,20-22].

Вместе с тем следует отметить, что при реализации данной стратегии решающая роль все-таки принадлежит государству. С связи с этим необходимо расширить господдержку отраслей сферы услуг и активно внедрять меры по их стимулированию. Без значительного увеличения объема государственного финансирования, перспективы реформирования и развития социальных услуг очень малы [2].

Список использованных источников

1. Коломиец К. Л. Анализ развития сервисной отрасли в России [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2017 г.). — СПб.: Свое издательство, 2017. — С. 20-22. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/263/13339/> (дата обращения: 26.10.2018).
2. Романова М.М. Основные тенденции развития сферы услуг в России и за рубежом // Евразийский Союз Ученых — 2017. — № 12.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

МЕТОДЫ МИНИМИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В КОМПАНИЯХ - СУБЪЕКТАХ ВЭД

Автор: Мальцева Виолетта Валерьевна, студент 4 курса МАИ, учебный центр «Интеграция».

Научный руководитель: к.э.н., доцент Сивоплясова С. Ю. (каф. 510Б, Московский авиационный институт).

Аннотация.