



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ МЫСЛИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

**Сборник статей
Международной научно - практической конференции
15 мая 2017 г.**

Часть 1

Екатеринбург
НИЦ АЭТЕРНА
2017

УДК 001.1
ББК 60

Т 57

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ МЫСЛИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: сборник статей Международной научно - практической конференции (15 мая 2017 г., г. Екатеринбург). В 4 ч. Ч.1 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 362 с.

ISBN 978-5-00109-139-4 ч.1
ISBN 978-5-00109-143-1

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно - практической конференции «ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ МЫСЛИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ», состоявшейся 15 мая 2017 г. в г. Екатеринбург. В сборнике статей рассматриваются современные вопросы науки, образования и практики применения результатов научных исследований

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками, научных и педагогических работников, преподавателей, докторантов, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку). **Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.** Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

При перепечатке материалов сборника статей Международной научно - практической конференции ссылка на сборник статей обязательна.

Сборник статей постатейно размещён в научной электронной библиотеке eLibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 242 - 02 / 2014К от 7 февраля 2014 г.

УДК 001.1
ББК 60

ISBN 978-5-00109-139-4 ч.1
ISBN 978-5-00109-143-1

© ООО «АЭТЕРНА», 2017
© Коллектив авторов, 2017

Ответственный редактор:

Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук,
Башкирский государственный университет, РЭУ им. Г.В. Плеханова

В состав редакционной коллегии и организационного комитета входят:

Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук,
Уральский государственный медицинский университет»

Баишева Зилия Вагизовна, доктор филологических наук
Башкирский государственный университет

Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук
Башкирский государственный университет

Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
Башкирский государственный университет

Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук, доцент
Академия управления МВД России, член РАЮН

Виневская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент
ФГБОУ ВПО ТГПИ имени А.П. Чехова

Вельчинская Елена Васильевна, кандидат химических наук
Национальный медицинский университет имени А.А. Богомольца

Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук,
Башкирский государственный университет

Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук, доцент
Московский педагогический государственный университет

Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук
Кубанский государственный университет

Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук
МГИМО МИД России

Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук
Мордовский государственный педагогический институт им. М. Е. Евсевьева,

Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук
Институт менеджмента, экономики и инноваций

Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук,
Технологический центр по животноводству

Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук
Воронежский государственный университет

Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор
Уфимский государственный авиационный технический университет

Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук
Кубанский Государственный Университет.

Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук
Казахский Национальный Аграрный Университет

Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук
Новокузнецкий филиал - институт «Кемеровский государственный университет»

Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук
Саратовский государственный медицинский университет

Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук
Казанский государственный технический университет

Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук
Воронежская государственная медицинская академия им. Н.Н. Бурденко

Прошин Иван Александрович, доктор технических наук
Пензенский государственный технологический университет

Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
Московский городской университет управления Правительства Москвы

Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук
Института психологии им. Л.С. Выготского РГГУ, академик РАЕН

Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук
Государственный аграрный университет Северного Зауралья

Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук
Южно - уральский государственный университет

Professor Dipl. Eng Venelin Terziev, DSc., PhD, D.Sc. (National Security), D.Sc. (Ec.)
University of Rousse, Bulgaria

Хромина Светлана Ивановна, кандидат биологических наук, доцент,
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук
Институт сферы обслуживания и предпринимательства

Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико - математических наук
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.

Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент
Международный инновационный университет, Сочи.

Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук
Башкирский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

И.А. Аверин, Е.Г. Бельнская

студенты 3 курса

Калужского государственного

университета им. К.Э. Циолковского

г. Калуга, Российская Федерация

Научный руководитель**О.М. Петрушина**

к. э. н., доцент, зав. кафедрой таможенного дела,

Калужский государственный

университет им. К.Э. Циолковского

г. Калуга, Российская Федерация

ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Важнейшими чертами современности являются рост взаимозависимости экономик различных стран, развитие интеграционных процессов на макро и микроуровнях, интенсивный переход цивилизованных стран от замкнутых национальных хозяйств к экономике открытого типа, обращенной к внешнему миру. Все это обусловлено закономерностями экономического развития мирового хозяйства в целом, особенно на современном этапе.

Внешнеторговая политика России направлена на всестороннее экономическое развитие страны и активное взаимодействие с иностранными государствами в области внешнеторговой деятельности – осуществление внешнеторговых сделок, международного обмена различного рода товарами и услугами, технологиями, информацией и др.[2]

В качестве объектов внешнеторговой деятельности выступают, прежде всего, товары, обращающиеся в международном обмене. По данным таможенной статистики, внешнеторговый оборот Российской Федерации в 2016 году составил 471,2 млрд. долларов США, сократившись по сравнению с 2014 годом – на 40,6 % , а по сравнению с 2015 годом – на 11,2 % (табл.1).

Таблица 1 – Динамика объемов экспорта, млрд. руб.

Показатели	2014г.	2015г.	2016г.	2016г. в % к	
				2014г.	2015г.
Товарооборот, всего	793,5	530,8	471,2	59,4	88,8
в том числе					
– экспорт	501,9	346,5	287,6	57,3	83,0
Товарооборот со странами дальнего зарубежья, всего	687,7	460,2	411,0	59,8	89,3
в том числе					
– экспорт	433,8	298,5	248,1	57,2	83,1
Товарооборот с государствами - членами ЕАЭС, всего	56,0	42,4	39,0	69,6	92,0

в том числе					
- экспорт	35,9	28,5	25,5	71,0	89,5

Источник: www.customs.ru

Данное сокращение произошло за счет резкого снижения экспорта товаров. Так, в отчетном году сумма экспорта составила 287,6 млрд. долларов США, что на 42,7 % меньше по сравнению с базисным годом и на 17 % - по сравнению с прошлым годом. За анализируемый период уменьшился и товарооборот со странами дальнего зарубежья - в 2016 году он был равен 411,0 млрд. рублей, что на 40,2 % и 10,7 % меньше, чем в 2014 и 2015 годах соответственно. Это обусловлено тем, что снизился товарооборот экспорта со странами дальнего зарубежья на 42,8 % и 16,9 % по сравнению с 2014 и 2015 годами соответственно. Стоит отметить, что снизился товарооборот с государствами - членами ЕАЭС в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 5,1 % , составив 39,0 млрд. рублей. Это обусловлено тем, что сократился товарооборот экспорта с государствами - членами ЕАЭС на 6,9 % по сравнению с 2015 годом.

Далее в таблице 2 представлена динамика удельного веса экспорта за 2014 - 2016гг.

Таблица 2 – Динамика удельного веса экспорта, %

Показатель	2014г.	2015г.	2016г.	Изменение (+; -) в 2016г., по сравнению с	
				2014г.	2015г.
Товарооборот всего,	100,00	100,00	100,00		
- в том числе экспорт	63,47	65,21	61,04	- 2,43	- 4,17
Товарооборот со странами дальнего зарубежья,	87,79	86,78	87,22	- 0,57	0,44
- в том числе экспорт	55,36	56,32	52,65	- 2,71	- 3,67
Товарооборот с государствами членами СНГ,	12,21	5,47	-	- 12,21	- 5,47
- в том числе экспорт	8,12	0,68	-	- 8,2	- 0,68
Товарооборот с государствами - членами ЕАЭС,	-	7,75	8,28	8,28	0,53
- в том числе экспорт	-	5,17	5,41	5,41	0,24

По данным таблицы 2 видно, что товарооборот со странами дальнего зарубежья занимает наибольшую долю в рассматриваемый период, оставаясь примерно на уровне 87 % . По сравнению с 2015 годом товарооборот со странами дальнего зарубежья в 2016 году увеличился на 0,44 % , но если сравнивать с 2014 годом, то уменьшился на 0,57 % . Товарооборот со странами дальнего зарубежья, в том числе экспорт в 2016 году уменьшился по сравнению с 2014 и 2015 годами на 2,71 % и 3,67 % соответственно. Стоит отметить, что

товарооборот с государствами - членами ЕАЭС увеличился в 2016 году на 8,28 % и 0,53 % соответственно по сравнению с 2014 и 2015 годами. Товарооборот с государствами - членами ЕАЭС, в том числе экспорт так же увеличился по сравнению с 2014 и 2015 годами на 5,41 % и 0,24 % соответственно.

Основу российского экспорта в 2014 - 2016гг. в страны дальнего зарубежья составили топливно - энергетические товары, удельный вес которых в товарной структуре экспорта в эти страны составил в среднем 56,4 % . В товарной структуре экспорта России в страны СНГ преобладают топливно - энергетические товары – на них приходится 32,6 % . Из - за снижения цен на углеводороды, а также уменьшения поставок газа и нефти на Украину и в Беларусь, стоимостные и физические объемы экспорта этих товаров сократились на 31,2 % и 8,7 % соответственно. При этом снизились поставки электроэнергии на 34,5 % , природного на 16,6 % , нефтепродуктов на 3,8 % .

Таким образом, развитие внешней торговли в анализируемом периоде характеризовалось низкими ценами на нефть, девальвацией и торговыми запретами, которые в совокупности оказали влияние на структуру внешней торговли. Среди позитивных изменений – рост доли несырьевого сектора в объеме экспорта, увеличение поставок текстиля, продовольствия и машиностроительной продукции. Многие экспортеры открыли для себя новые рынки и стали ориентироваться на страны дальнего зарубежья, в то время как импортеры, напротив, обратили свое внимание на страны СНГ.[2]

Список использованной литературы:

1. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации» (за 2014 – 2016 гг.). – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 21.03.2017)
2. О.М. Петрушина, Л.Р. Хвиць. Динамика показателей внешнеторговой деятельности России // Инновационные процессы в научной среде: сборник статей Международной научно - практической конференции (25 апреля 2017г., г. Пермь). В 3 ч. Ч.1 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – с. 136 - 139

© И.А. Аверин, Е.Г. Беленькая, 2017

УДК33

Алексеева Е. Н.

Экономический факультет
Государственное и муниципальное управление
г. Уфа, Российская Федерация

МУНИЦИПАЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ АГРАРНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Аннотация: В статье рассматривается использование аграрного рынка в процессе удовлетворения потребностей населения.

Ключевые слова: Муниципальное управление, муниципальное регулирование, аграрный рынок.

В данной статье рассмотрено регулирование аграрного рынка на муниципальном уровне. Важной составляющей муниципального управления, является регулирование потребительского рынка. От его состояния, уровня цен, ассортимента предлагаемых товаров и услуг зависит жизнедеятельность населения.

Муниципальное управление - это важная составляющая часть местного самоуправления, связанная с воздействием органов местного самоуправления на муниципальное образование и взаимодействие с входящими в его состав субъектами с целью повышения качества и уровня жизни населения муниципального образования.[1]

Внутри муниципального управления существует принцип разделения властей на исполнительную, законодательную и судебную. Исполнительная власть представлена главой муниципального образования, законодательная - городским советом муниципального образования, и судебная - городским судом.

Муниципальное управление реализуется на определенной территории и связано с разными группами населения, живущими на этой территории.

Муниципальное регулирование аграрного рынка является одной из важных составляющих муниципального управления. От состояния самого рынка, уровня цен на нем и ассортимента, предлагаемых товаров и услуг зависит повседневная жизнь населения.

Под муниципальным управлением потребительскими аграрными рынками следует понимать использование аграрного рынка в процессе удовлетворения потребностей населения муниципального образования.[1]

Основными задачами муниципального управления потребительскими аграрными рынками являются стабилизация и развитие производства, обеспечение безопасности в области продовольствия, улучшение обеспечения продовольствием населения муниципального образования, поддержание взаимоотношений и партнерства между сельским хозяйством и другими отраслями, взаимодействие товаропроизводителей на рынке.

Независимо от того, развивается сельскохозяйственное производство или нет, в каждой стране имеются аграрные рынки, так как через них производится обеспечение населения всем необходимым продовольствием и реализуется социально - экономическая политика государства.[3]

Определение аграрный рынок следует понимать как комплекс правовых отношений связанных с оформлением и осуществлением гражданско - правовых договоров касательно продукции сельского хозяйства.

Аграрный рынок представляет собой сферу рыночных отношений. При этом главной его частью считается земельный рынок.

Работа аграрного рынка происходит зачастую в условиях повышенной нестабильности рыночной обстановки. Сельское хозяйство характеризуется годовым круговоротом. На протяжении года на рынок осуществляется сезонное поступлений товаров. Сезонные пики и падения дополняются погодными колебаниями. В связи с, вышеперечисленными обстоятельствами возникает повышенный риск предпринимательства. Агробизнесу характерны нестабильные цены и малоустойчивый доход. Поэтому чтобы преуспевать в конкуренции требуется немалый уровень профессионализма.

Аграрному рынку свойственны также жесткие ограничения на спрос сельскохозяйственной продукции. Так, например, вне зависимости от роста цены на хлеб,

спрос на него остается прежним. Увеличение запасов зерна способствует уменьшению доходов крестьян. [2]

Таким образом, под муниципальным управлением потребительскими аграрными рынками следует понимать использование аграрного рынка в процессе удовлетворения потребностей населения муниципального образования.

На сегодняшний день основными задачами муниципального управления потребительскими аграрными рынками являются стабилизация и развитие производства, обеспечение безопасности в области продовольствия, улучшение обеспечения продовольствием населения муниципалитета, поддержание партнерства между сельским хозяйством и прочими отраслями, взаимоотношения товаропроизводителей на аграрном рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Атаманчук Г.В. Государственное управление.[Текст] / Атаманчук Г.В. // - М.: ОАО «НПО «Экономика», 2010.

2.И.В. Скопина, Ю.О. Бакланова, А.О. Скопин.Инструментальное обеспечение управления развитием региональных потребительских рынков [Текст] / И.В. Скопина, Ю.О. Бакланова, А.О. Скопин // . - Н. Новгород, 2015.

3. О.И. Боткина, Э.Н. Кузьбожева, К.В. Павлова.Направления и реформы государственного регулирования рыночной экономик.[Текст] / Под науч. ред. д - ра экон. наук, проф. О.И. Боткина, Э.Н. Кузьбожева, К.В. Павлова. // - Ижевск,2012.

4. Карачурина Р.Ф., Вакушина А.А.Методология формирования стратегии повышения финансового потенциала экономических субъектов на российском рынке // В мире научных открытий. 2013. № 8.1 (44). С. 236 - 251.

© Е.Н. Алексеева 2017 г.

УДК33

Алпеева Д.В.

Магистрант 1 - го курса
Факультет технологии, экономики и дизайна
Армавирский государственный
педагогический университет
г.Армавир, Российская Федерация

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ АУДИТА В ПРОЦЕДУРАХ БАНКРОТСТВА

Развитие аудиторских услуг в области арбитражного управления как направления аудиторской деятельности в значительной степени определяется правилами рыночной экономики, увеличением числа банкротств и повышением правовой грамотности хозяйствующих субъектов. Широкие управленческие возможности арбитражного управляющего при малой материальной ответственности, невозможность обжаловать

определение о завершении конкурсного производства создают условия для принятия им необъективных решений, осуществления действий в собственных интересах или отдельных лиц. Практика реализации процедур банкротства показала наличие спорных или неконкретных положений законодательства, применение которых в ряде случаев предполагает неоднозначность в трактовке нормативных документов и, как следствие, возникновение затруднительных ситуаций.

Аудиторские услуги при банкротстве появились на стыке юридических и экономических наук в ответ на запросы практики, как реакция на многочисленные нарушения в области арбитражного управления. Раскрытие сущности аудита при банкротстве, его содержания, уточнение и конкретизация предмета, метода и объектов дают возможность сформулировать концептуальные основы этой отрасли научных знаний и обосновать перспективы ее развития. [1]

Особенности аудита при банкротстве состоят в следующем. Во - первых, инициатива проверки исходит, как правило, от кредиторов, а не менеджмента или собственников. Во - вторых, необходимо согласие арбитражного управляющего как исполнительного органа обанкротившейся организации, чтобы обеспечить доступ к документации и материальным ценностям для сбора аудиторских доказательств. В - третьих, ввиду кризисного финансового положения организации, вплоть до полного отсутствия денежных средств в ее распоряжении, возможна оплата услуг аудиторов кредиторами должника.

Прежде чем описывать аудит при банкротстве экономического субъекта, обратимся к общему определению предмета и объектов аудита вообще.

Определение предмета аудита опирается на выяснение того, чем эта наука занимается, что изучает, каков круг решаемых ею основных вопросов. В специальной литературе приводятся различные подходы к трактовке сущности и содержания аудита. Множество определений предмета аудита объективно обусловлено тем, что сложно найти не вызывающую возражений и приемлемую для всех исследователей формулировку. Одни определения - краткие и упрощенные, другие - более широкие, но все они имеют общие признаки, что позволяет выделить среди них несколько групп (таблица 1).

Таблица 1– Определение предмета аудита

Группа	Определение предмета аудита
Проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности	<p>Независимое рассмотрение специально назначенным аудитором финансовых отчетов предприятия и выражение мнения о них при соблюдении правил, установленных законом.</p> <p>Независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности хозяйствующих субъектов с целью выражения мнения о ее достоверности.</p> <p>Рассмотрение независимым аудитором бухгалтерских отчетов организации и выражение мнения о степени их достоверности и соответствия нормам, установленным законом.</p>

Хозяйственная деятельность	<p>Процессы и явления хозяйственной деятельности, на изучение которых направлена деятельность субъекта – аудитора. Процессы и явления, которые отображены документально и связаны с хозяйственной деятельностью предприятий, при этом границы аудиторского исследования определяются его целью.</p> <p>Финансово - хозяйственная деятельность экономических субъектов и достоверное представление результатов этой деятельности в бухгалтерской (финансовой) отчетности .</p>
Экспертиза экономической информации	<p>Систематический процесс сбора и оценки свидетельств об экономических действиях и событиях с целью определения их соответствия установленным критериям и предоставление результатов проверки заинтересованным пользователям.</p> <p>Сбор и оценка фактов, касающихся функционирования и положения экономического объекта (самостоятельного хозяйственного подразделения), или информации о таком функционировании и положении, осуществляемые компетентным независимым лицом, которое, исходя из установленных критериев, выносит заключение о качественной стороне этого функционирования.</p>
Детализированный состав объектов	<p>Осуществляемая на договорной и конфиденциальной основе независимая экспертиза и анализ финансовой отчетности и другой экономической информации о деятельности хозяйствующего субъекта с целью объективной оценки ее полноты, точности и достоверности, представления заказчику квалифицированного заключения о действительном финансовом положении предприятия и реалистичности его финансовых прогнозов, а также проверка состояния внутреннего контроля, принятой учетной политики действующим законодательным и нормативным актам, оказание консультационных и иных услуг клиентам по интересующим их вопросам</p>

Таким образом, среди экономистов нет единства в трактовке предмета аудита и содержание аудита до сих пор точно не сформулировано.

Предметом аудита при проведении процедур банкротства в отношении экономического субъекта является независимая проверка финансово - хозяйственной деятельности должника и действий арбитражного управляющего, а также бухгалтерской и иной отчетности с целью выражения мнения о степени их соответствия установленным критериям, результатом которой является предоставление заинтересованным лицам объективной информации, касающейся прохождения процедур банкротства. Предмет аудита при банкротстве должен быть конкретизирован задачами, поставленными перед аудитором, и ограничен рамками хозяйствующего субъекта, деятельность которого попадает под проверку.

С предметом аудита тесно взаимосвязано определение его объектов. Понятие объекта аудита следует рассматривать как отдельный элемент предмета аудита, на который направлено действие аудитора. Объекты аудита в широком понимании весьма разнообразны по составу, целевой ориентации, по отношению к различным сферам функционирования исследуемого предприятия и другим характеристикам. Под совокупным объектом аудита понимается хозяйственная деятельность организаций. Но хозяйственная деятельность организаций представляет собой объект всех экономических наук, поэтому данный подход требует конкретизации.

Объекты аудита - хозяйствующие субъекты рыночной экономики. При этом имеются в виду отдельные процессы, результаты и стороны деятельности предприятий, их подразделения, участки, показатели, факторы, исследование которых позволяет полнее раскрыть предмет аудиторского задания. С точки зрения содержания аудита его объектами являются ценности, документы, операции, методы оценки. Объект аудита может рассматриваться как категория предметов, характеризующихся общими свойствами (например, активы, обязательства, капитал хозяйствующего субъекта).

Объектом аудита может быть любой документ, хозяйственный процесс, явление, факт хозяйственной деятельности. Аудитор чаще имеет дело не с самими фактами, процессами, явлениями, а с их отражением в системе бухгалтерского учета. С этой позиции объектом аудита можно назвать документально зафиксированную информацию о наличии и движении средств предприятия и источников их формирования. Следовательно, под объектом аудита в узком смысле понимается материальный носитель информации о фактических данных, связанных с аудиторским заданием. Это может быть определенный предмет, избранный для исследования аудитором (например, отдельно взятая накладная или счет - фактура). [2]

Разнообразие объектов аудита, в том числе при банкротстве организации, требует их классификации, которая позволяет создать общее представление о них, таблица 2 выпускной работы. Представленная классификация не является исчерпывающей. Она имеет целью выявить особенности объектов аудита при банкротстве хозяйствующего субъекта.

Таблица 2– Классификация объектов аудита в случае прохождения процедур банкротства экономическим субъектом

Группы объектов	Примеры
По процедурам банкротства	
Наблюдение	Отчет временного управляющего, реестр требований кредиторов, имущество
Финансовое оздоровление	Отчет административного управляющего, реестр требований кредиторов, план финансового оздоровления, доходы, расходы, имущество
Внешнее управление	Отчет внешнего управляющего, план внешнего управления, реестр требований кредиторов, имущество, доходы, расходы
Мировое соглашение	Договор о мировом соглашении, реестр требований кредиторов

Конкурсное производство	Промежуточный ликвидационный баланс, ликвидационный баланс, отчет конкурсного управляющего, реестр требований кредиторов, конкурсная масса, оценка, текущие расходы
По ответственным лицам	
Документация, составленная арбитражным управляющим	Реестр требований кредиторов, план финансового оздоровления, план внешнего управления, промежуточный ликвидационный баланс, ликвидационный баланс, отчет арбитражного управляющего, бухгалтерская отчетность, возражения по требованиям кредиторов, договорная и бухгалтерская документация
Документация, составленная руководством должника	Бухгалтерская отчетность, возражения по требованиям кредиторов, договорная и бухгалтерская документация
По экономическим субъектам	
Юридические лица	Реестр требований кредиторов, промежуточный ликвидационный баланс, ликвидационный баланс, отчет арбитражного управляющего, бухгалтерская отчетность, возражения по требованиям кредиторов, договорная и бухгалтерская документация, конкурсная масса
Физические лица	Имущество, обязательства, личные доходы и расходы
Муниципалитеты	Имущество, обязательства, доходы, расходы, бюджет, целевое финансирование, муниципальное имущество, план корректировки бюджета, антикризисная программа
Суверенные государства	Бюджет, обязательства, доходы, расходы, федеральное имущество, условия реструктуризации обязательств
По наличию обычной деятельности	
Объекты, связанные с продолжением хозяйственной деятельности	Производственная и управленческая деятельность, экономическая эффективность, доходы, расходы, бухгалтерская отчетность, договорная и бухгалтерская документация
Объекты, связанные с ликвидацией	Промежуточный ликвидационный баланс, ликвидационный баланс, отчет конкурсного управляющего, реестр требований кредиторов, конкурсная масса, текущие расходы, процедуры увольнения работников

Аудит использует систему методов и приемов, которые характеризуют методику проведения аудита. До настоящего времени нет единства в понимании и определении основополагающего метода аудита как сложившейся системы, позволяющей познать его предмет. В среде практикующих аудиторов распространено мнение, что методы аудита содержатся в стандартах аудиторской деятельности. Действительно, там имеются некоторые рекомендации о методах организации аудита и методах сбора доказательств,

например ФПСАД N 5 «Аудиторские доказательства», ФПСАД N 16 «Аудиторская выборка», ФПСАД N 20 «Аналитические процедуры», ФПСАД N 28 «Использование результатов работы другого аудитора».

Согласно А.Д. Шеремету и В.П. Суйцу метод аудита представляет собой совокупность приемов, с помощью которых оценивается состояние изучаемых объектов. [34, с. 119] О.А. Миронова и М.А. Азарская под методом аудита понимают совокупность элементов, с использованием которых формируется методика проведения аудита. Элементами метода являются аудиторская выборка, аудиторские доказательства, рабочие документы, тесты контроля, аудиторские процедуры. [33, с.58] В широко известных работах других авторов недостаточное внимание уделяется определению метода аудита. Большинство исследований сводятся к перечислению и систематизации различных методик и отдельных процедур, применяемых в аудите. [2]

Сложность и широта предметной области аудита обуславливают разнообразие методов его реализации. Для проведения качественного и всестороннего аудита разработана целая система методов, которые могут быть классифицированы различным образом. Наиболее полная классификация методов предложена Н.М. Заварихиным и Ю.В. Потехиной. Их понимание вопроса является развитием взглядов А.Д. Шеремета и В.П. Суйца [1]:

- методы организации проведения аудиторских проверок (сплошной, выборочный и комбинированный, документальный и фактический);
- процедуры получения аудиторских доказательств (инспектирование, наблюдение, запрос, подтверждение, пересчет, аналитические процедуры);
- методы аудита (общенаучные методы и подходы к исследованиям, собственные методы аудита, нормативно - правовые методы, эмпирические методы, методы других наук).

При этом внимание акцентируется на возможностях диалектического метода познания как основного способа изучения сложных систем, в пределах которого существуют дедуктивный и индуктивный методы. Многообразные приемы, используемые в аудите, подразделяются на методы собственно аудита и методы, заимствованные из других наук.

Методы аудита, в свою очередь, группируются по следующим направлениям:

- определение реального состояния объектов (осмотр, пересчет, измерение, лабораторный анализ, запрос, документальная проверка);
- анализ (аналитические процедуры);
- оценка прошлого, настоящего и будущего состояния объектов.

О.А. Миронова и М.А. Азарская наиболее значимым считают разделение методов на общенаучные (обобщение и абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция) и конкретно - научные (методические приемы документального и фактического контроля). [3]

Рассмотренные методы аудита должны применяться упорядоченно и системно с учетом их подчиненности и сочетания, что реализуется в методике проведения аудиторской проверки. Выбор методов отводится на усмотрение аудитора, который должен учесть целый ряд объективных и субъективных факторов при проверке конкретного хозяйствующего субъекта. В практической деятельности при применении соответствующих методов необходима оценка их достоверности, обоснованности,

эффективности и экономичности. Допустимость метода может зависеть от наглядности, доступности, возможности его применения в конкретных условиях.

Аудит в условиях банкротства успешно выполняется с помощью известных методов, приемов, процедур и терминов посредством их адаптации к данной предметной области. На разных этапах аудита в обанкротившихся организациях и при обобщении проаудированных эмпирических материалов целесообразно использовать как отдельные приемы, входящие в научный аппарат аудита, так и их комбинации. Более широкое распространение в аудите обанкротившихся организаций получают нормативно - правовые методы и приемы фактического контроля. Проведение устных и письменных опросов может быть неинформативно в связи с частой сменой персонала и увольнениями в предбанкротный период. В случае утраты финансово - хозяйственной документации возрастает значимость запросов и подтверждения при снижении возможностей документальной проверки. Методы сбора и аудирования информации, необходимые для формирования аудиторских выводов и выработки рекомендаций, должны быть разнообразными в зависимости от объекта, его специфики, а также конкретных задач, стоящих перед аудитором. [4]

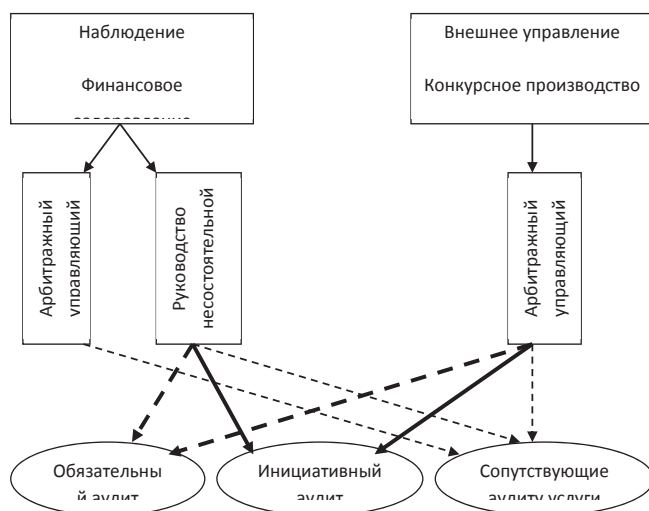
Важным теоретико - методологическим аспектом, нуждающимся в переосмыслении в условиях банкротства, является обоснование основополагающих принципов аудита в несостоятельных организациях. Использование процедур банкротства для передела собственности в конце 1990 - х годов и низкий уровень профессионализма арбитражных управляющих привели к тому, что в обществе сложилось негативное восприятие этих явлений. В значительной мере это связано со снижением уровня профессиональной этики, которая всегда служила основным критерием общественного доверия к той или иной профессии.

В настоящее время любая профессия требует соблюдения этических норм поведения, так как каждый человек, занимающийся профессиональной деятельностью, в значительной степени заинтересован в доверии общества к результатам этой деятельности и высоком качестве своих услуг. Исходя из изложенного для аудиторов особенно важно, чтобы заинтересованные в их услугах пользователи могли доверять качеству аудита в условиях банкротства. Для этого аудитор должен руководствоваться в первую очередь этическими принципами, которые можно разделить на две группы: законодательно закреплённые (компетентность, независимость, конфиденциальность) и этические (честность, объективность, добросовестность, профессиональное поведение). Аудитор может отступить от требования конфиденциальности с разрешения аудируемого лица в соответствии с процессуальным законодательством в случае вовлечения аудитора в незаконные действия и для защиты профессиональных интересов аудитора. [4]

В ситуации банкротства аудируемого субъекта возникает некоторая неопределенность относительно следования принципу конфиденциальности. При сотрудничестве с организацией, проходящей конкурсное производство, вопросы аудиторской тайны подлежат дополнительной оговорке. Согласно ст. 126 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» одним из последствий открытия конкурсного производства является то, что сведения о финансовом состоянии должника прекращают относиться к сведениям, признанным конфиденциальными или составляющим коммерческую тайну. Это делает весьма неопределенным круг лиц и характер информации,

которая может быть разглашена по результатам проверки. Применение принципа конфиденциальности в практической деятельности должно быть основано на понимании всех относящихся к нему правовых аспектов заинтересованными сторонами. Одним из способов, позволяющих понизить риски, связанные с указанным ограничением, является развернутое представление положений договора об оказании аудиторских услуг, касающихся аудиторской тайны. В них следует определить практические аспекты разглашения информации, основанные на адекватном понимании сторонами договора сущности проблемы конфиденциальности.

Еще одним аспектом, влияющим на определение функций аудита несостоятельной организации, являются отношения между сторонами, взаимодействующими в процессе проведения аудиторской проверки и (или) оказания сопутствующих аудиту услуг (рисунок 1).



* - в зависимости от того, в ходе какой процедуры банкротства принимается решение о мировом соглашении

Рисунок 1. Взаимодействие руководства несостоятельной организации, арбитражных управляющих и аудиторов

Как и другие науки, аудит на каждом историческом этапе накапливает определенные достижения. Каждый новый результат не отрицается последующими исследованиями, а лишь дополняется. Это относится и к теоретическому осмыслению сущности аудита. Такие ключевые понятия, как предмет, метод, принципы аудита, будут уточняться в результате развития самой науки и совершенствования аудиторской практики.

Литература:

1.Белозерская А.В. Понятие финансовой устойчивости и проблемы ее анализа. // В сборнике: Развитие современного общества в условиях реформ: вопросы экономики и

управления Материалы II Межвузовской научно - практической конференции. С. 19 - 21, 2014

2.Шеремет А.Д., Суйц В.П. Аудит: Учеб. 2 - е изд. доп. и перераб. М.: ИНФРА - М, 2015.

3.Заварихин Н.М., Потехина Ю.В. Методы аудита // Аудитор. 2015. - N 7.

4.Миронова О.А., Азарская М.А. Аудит: теория и методология: Учеб. пособие. 3 - е изд., испр. и доп. М.: Омега - J, 2012.

5.Мизиковский Е.А., Штефан М.А. Методика аудита предприятия на стадии процедуры банкротства / Е.А. Мизиковский, М.А. Штефан // Аудиторские ведомости. - 2015. - N 1

6.Вандина О.Г. Формирование системы внутреннего аудита финансовых результатов торговой организации // Экономические и гуманитарные науки, 2012 №8. с.34 - 39

7.Вандина О.Г. Аудиторская проверка операций налогообложения, связанных с осуществлением работ строительными предприятиями // Экономика устойчивого развития № 3 (23), с. 89 - 96, 2015.

8.Вандина О.Г. Методика внутреннего аудита учёта материально - производственных запасов в строительстве // Менеджмент в России и за рубежом № 1, с. 94 - 100, 2013.

© Алпеева Д.В.

УДК 378.4:331.224

Е.А. Аникина

к.э.н., доцент кафедры экономики,

Томский политехнический университет

Ю.С. Сорокина

студентка 2 года магистратуры,

Институт социально - гуманитарных технологий,

Томский политехнический университет

г. Томск, Российская Федерация

ЭФФЕКТИВНЫЙ КОНТРАКТ КАК ЭЛЕМЕНТ МОТИВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

На сегодняшний день образование является социальным институтом, который имеет собственное содержание, цели, задачи, смыслы и средства деятельности, структуру, формы и методы управления. Этому способствовало изменение самого общества, которое со временем сформировало потребность в передаче опыта, знаний и компетенций последующим поколениям.

Важно отметить, что современный этап развития экономики и общества позиционируется как инновационный. Его связывают с экономикой, основанной на знаниях, где основное содержание хозяйственной деятельности заключается в процессе создания, распространения и использования знаний, и который в значительной степени зависит от качества человеческого капитала страны. Воспроизводство и развитие человеческого капитала предполагает качественную и разнообразную образовательную систему.

Следовательно, переход к экономике знаний повысил роль образования, которое становится источником научных и инженерных кадров, инноваций и локомотивом производства и сферы услуг благодаря всевозможным изобретениям, патентам, ноу - хау и т.п. Образование становится ведущим фактором развития экономики и обеспечения национальной безопасности. Создание инноваций и бурное их внедрение требует сегодня от образования того, чтобы оно не только знакомило с ними, но и способствовало их последующему созданию получателями образовательных услуг. Задача образования сегодня: научить учиться, добывать знания и дать те навыки и компетенции, которые позволят применить эти знания на практике.

Важно отметить, что новым фактором развития становится творческая деятельность, что изменяет структуру производства, включающая в себя подразделение, создающее и развивающее творческие способности человека, базирующееся на производстве, накоплении, распределении и потреблении знаний, и являющееся главным в условиях информационной экономики.

Действие данной тенденции проявляется в усилении внимания к проблемам человека, в гуманизации и гуманитаризации образования как процесса качественных его внутренних изменений.

Современное образование должно обеспечивать не только определенные компетенции, но и прогресс, для этого, как отмечал Ж. - Ф. Лиотар, необходимо, чтобы передача знаний не ограничивалась передачей информации, а учила бы всем процессам, способствующим увеличению способности сочленять знания [1].

Особый интерес к вопросам развития высшего образования в последнее время обусловлен также тем, что присущая экономике знаний объективная тенденция к глобализации превратила высшее образование не только в стратегический ресурс развития, но и фактор конкурентоспособности отдельных государств на мировом рынке.

Достижение Россией стабильного экономического развития и модернизация экономики невозможны без решения проблемы модернизации образовательной системы. Модернизация высшего образования и поиск новых стратегий его качественного развития стали на сегодняшний день главными вопросами, от решения которых зависит эффективное развитие рынка образовательных услуг и экономики страны в целом [1].

В ответ на данные потребности современного мира был осуществлен ряд изменений в российском образовании, в том числе и внедрение эффективного контракта с целью улучшения качества предоставляемых образовательных услуг. Кроме того, данный шаг носит прогрессивный характер, позволяющий «поставить» образование на реформационные рельсы.

Эффективный контракт – это трудовой договор с работником, в котором конкретизированы его должностные обязанности, условия оплаты труда, показатели и критерии оценки эффективности деятельности для назначения стимулирующих выплат в зависимости от результатов труда и качества оказываемых государственных (муниципальных) услуг, а также меры социальной поддержки [2].

В целях реализации плана мероприятий («дорожной карты») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности образования и науки», утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.12.2012 № 2620 - р, было решено внедрить эффективный контракт на территории всей России. В г.

Томске эффективный контракт начал вводиться после Распоряжения Департамента профессионального образования «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») «Изменения в сфере образования в Томской области» от 10 апреля 2013 г. № 283 - ра.

Ожидаемые результаты и цели согласно данному распоряжению были поставлены следующие [3]:

- создание многофункциональных центров прикладных квалификаций;
- обновление кадрового состава профессиональных образовательных организаций и привлечение молодых специалистов в ряды сотрудников профессионального образования;
- увеличение доли выпускников профессиональных образовательных организаций, трудоустраивающихся по полученной специальности (профессии);
- увеличение заработной платы работников учреждений высшего образования. Средняя заработная плата преподавателей и мастеров производственного обучения профессиональных образовательных организаций должна составлять не менее 100 % от средней заработной платы по Томской области;
- повышение вовлеченности кадрового состава учреждений высшего образования в научно - исследовательскую деятельность.

Очевидно, что основные цели, обозначенные в «дорожной карте» Департамента образования, стали базисными и для непосредственно эффективного контракта. Таким образом, эффективный контракт стал средством претворения в жизнь заложенных целей по модернизации образования в Томской области и в целом в России.

Система стимулов в эффективном контракте должна обеспечивать выполнение двух условий.

Первое – денежное и прочее материальное вознаграждение должно, как в точке выбора карьеры преподавателя, так и на всем ее протяжении быть достаточным для того, чтобы человек не испытывал недостатка в материальных и культурных благах, мог обеспечить свою семью на желательном для него уровне.

Второе – как в университете, так и вне его должны существовать профессиональные сообщества ученых и креативных практиков, которые способны оценивать качество научной и преподавательской работы коллег в своей предметной области.

Эффективный контракт характеризует устойчивое, равновесное состояние университета как социального института [4].

Однако возникает закономерный вопрос: повышает ли эффективный контракт мотивацию сотрудников вузов?

Мотивационная политика образовательной организации выражается в конкретных мотивационных мероприятиях. Следовательно, посредством мотивационной политики происходит вовлечение педагогического коллектива в процесс формирования конкурентной образовательной среды. Следует учитывать, что управление мотивацией сотрудников зависит от уникальности личности и должно быть антропоцентрированным.

Следует указать на то, что недооценка возможностей мотивационной политики, постоянная смена механизмов управления системой мотивации труда в образовательной организации, обусловленная случайностью выборки мотивационных методов, невнимание к расходованию человеческого ресурса становятся реальной проблемой современных

образовательных организаций в условиях модернизации российской системы образования [4].

Чем же является эффективный контракт в современных реалиях в рамках мотивационной политики образовательных учреждений профессионального образования: ограничителем или мотиватором?

Для того, чтобы оценить изменения, происходящие в трудовой деятельности вуза в связи с введением эффективного контракта в настоящий период и получить прогноз на перспективу, осенью 2016 г. был проведен социологический опрос, осуществленный в два этапа. В рамках первого этапа было реализовано анкетирование, на втором этапе – интервьюирование. Выборка участников включала 33 сотрудника Томского политехнического университета из категории научно - педагогические работники (НПР).

Абсолютное большинство (69,7 %) принявших участие в опросе – это сотрудники женского пола. Возрастной диапазон от 25 до 60 лет и старше. При этом основная возрастная категория 31–40 лет составляет 45,5 % опрошенных, далее – 25–30 лет (33,3 %), 18,2 % приходится на НПР в возрасте 41–55 лет, и только один человек находится в возрасте 61 и более лет, что составляет всего 3 % от опрошенных.

Также отметим, что большая часть относительно недавно работает в вузе: от 1 года до 5 лет – 33,3 % ; от 6 до 10 лет – 24,2 % . Это в полной мере соответствует преобладающей в опросе возрастной категории.

Большинство занимают должность доцента – 39,4 % (должность старшего преподавателя – 18,2 % , должность профессора – 6 %), преподают социально - экономические дисциплины – 56,3 % (18,8 % – технические дисциплины, 12,5 % – дисциплины естественного и гуманитарного цикла) и работают в ТПУ на полную ставку – 69,7 % (в равных долях занимают должность на 0,5 и 0,25 ставки – 9,1 %).

В ходе опроса сотрудники должны были оценить эффективный контракт с точки зрения его мотивации для работы. В результате получилось, что 60,6 % опрошенных склоняются к тому, что эффективный контракт не мотивирует к работе. Лишь 27,3 % считают обратное. Примечательно, что абсолютное большинство (84,8 %) выполнили эффективный контракт более чем на 50 % , и почти половина из этой группы (45,5 %) выполнила контракт на 100 % .

Кроме того, 39,4 % считают, что эффективный контракт никак не влияет на уровень научно - исследовательской активности, и что она осталась прежней. 33,3 % опрошенных сотрудников уверены в том, что данный уровень скорее повысился, чем нет. В равных долях НПР полагают, что уровень повысился и значительно, «затрудняются ответить» и не дали конкретного ответа по 9,1 % опрошенных соответственно.

Таким образом, говорить о том, что одна из целей эффективного контракта, а именно повышение уровня научно - исследовательской активности была достигнута, не представляется возможным.

Что касается еще одной цели – повышение заработной платы, то согласно результатам опроса, она тоже не выполняется. Абсолютное большинство (53,1 %) опрошенных считают, что их уровень заработной платы средний, 34,4 % уверены в том, что уровень зарплаты низкий и только 9,4 % считают, что их заработная плата высокая.

При этом 69,7 % НПР полагают, что уровень заработной платы не соответствует нагрузке. Только 9,1 % прошедших опрос сотрудников убеждены, что размеры заработной платы полностью соответствуют их индивидуальной нагрузке в ТПУ.

В подобных условиях неудивительно, что большинство опрошенных сотрудников ТПУ (48 %) задумывались и уже искали новое место работы.

В ходе опроса было установлено, что большинство НПР даже не пытаются донести свое мнение до руководства. При этом это не является следствием того, что сотрудники причисляют себя к тем, кому некуда идти и поэтому они терпят и не высказывают свое мнение. Это может свидетельствовать о двух противоположных тенденциях. Первая состоит в том, что сотрудники, зная заранее, что это бесполезно, поэтому не затрачивают свои усилия на это. Вторая состоит в том, что нагрузка по выполнению эффективного контракта настолько высока, что все усилия идут только на него. Ни первая, ни вторая тенденции не являются положительными, а напротив, требующими разрешения сложившейся ситуации.

Большинство опрошенных сотрудников ТПУ склоняются к тому, что они доверяют руководству и готовы терпеть временные трудности и сотрудничать с руководством в расчете на улучшение ситуации. Однако в тоже время 36 % от всего числа опрошенных не испытывают доверия к руководству и не готовы терпеть трудности.

Таким образом, наблюдается диаметрально противоположное мнение по данному вопросу, что также указывает на полярные настроения среди работников вуза, и подтверждает нестабильность и не благоприятность климата внутри организации.

В ходе второго этапа проведенного исследования преподавателям было предложено в свободной форме за пределами формализованной части анкеты высказать свое мнение, о причинах, мешающих, на их взгляд, более эффективной деятельности университета и что, по их мнению, в первую очередь надо сделать для совершенствования профессиональной деятельности преподавателей¹. Наиболее значимые ответы, свидетельствующие о низкой мотивационной составляющей эффективного контракта:

- абсолютно не учитывается качество преподавания в эффективном контракте, нет пунктов поощрения учебно - методической работы;
- очень трудно совмещать учебную нагрузку с научной деятельностью. Совершенно невозможно быть хорошим преподавателем и при этом выполнять эффективный контракт;
- дать возможность преподавателям быть в курсе современного положения в науке и производстве по своему направлению, а не заниматься «гонкой» за критериями. Вырабатывать критерии с учетом..., а лучше вообще их не вырабатывать. Всегда было главной задачей университета готовить специалистов, сейчас такой задачи, почему - то нет;
- необходимо устранить напряженность и нервозность, связанную с необходимостью выполнения эффективного контракта;
- критерии эффективности, которые не позволяют эффективно вести образовательную деятельность. Количество эффективных показателей слишком большое. Для качественного выполнения требуется больше времени, чем предлагает руководство;
- выполнение эффективного контракта не покрывает всех необходимых видов деятельности. Работа вне эффективного контракта тоже должна стимулироваться;
- мешает эффективный контракт и формальный подход его создателей к критериям результативности. Обстановка коллективного психоза не способствует совершенствованию и саморазвитию;

¹ Ответы респондентов, выраженные в открытой форме, подаются с сохранением авторской лексики и стилистики.

² Deloitte and Touche LPP, перевод с англ. автора.

- формализм. Меняются требования в течение учебного года. Заранее не указывается информация о запланированном объеме поручений по эффективному контракту и точные критерии оценивания;

- профессорская деятельность зависит от психологического климата, а угроза эффективного контракта мешает продуктивной работе.

Таким образом, проведенное исследование показало, что среди научно - педагогических работников ТПУ нет общей удовлетворенности от введения эффективного контракта в образовательную систему. Эффективный контракт не способствовал значительному повышению уровня заработной платы и вовлеченности в научно - исследовательскую деятельность. Напротив, уровень оплаты труда по оценкам самих НПП остается на среднем уровне и в большинстве случаев не соответствует индивидуальной нагрузке.

Выдвижение в приоритет администрацией ТПУ достижения выполнения эффективного контракта на максимальные показатели (80–100 %) приводит к тому, что данная цель ставится в абсолют и занимает главенствующую роль – высшую ценность имеют цифры, а не кадры. Но важно помнить, что качество университета в определяющей степени зависит от качества преподавания, то есть от уровня преподавателей [5]. А в сложившейся ситуации преподавателю вуза остается только одно – стремиться к «слепому» выполнению критериев.

Список использованной литературы:

1. Иванкина Е.А., Иванкина Л.И. Образование как трансформирующийся феномен общества // Известия Томского политехнического университета. № 6. – Т. 312. – 2008.

2. Эффективный контракт [Электронный ресурс] // Министерство образования и науки РФ: официальный портал. – URL: минобрнауки.рф / открытое _ министерство / эффективный _ контракт (дата обращения: 05.10.2016).

3. Распоряжение «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») «Изменения в сфере образования в Томской области» № 283 - ра от 10.04.2013.

4. Кузьминов Я. Академическое общество и академические контракты: вызовы и ответы последнего времени // Контракты в академическом мире. – С. 17–18.

5. Кузьминов Я. Академическое общество и академические контракты: вызовы и ответы последнего времени // Контракты в академическом мире. – С. 16.

© Ю.С. Сорокина, Е.А. Аникина, 2017

УДК 330

Архипенко Н.Д.

Магистратура, студентка кафедры «Проектный менеджмент»

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Г. Москва, Российская Федерация, Тел. +7(916)965 - 90 – 81, E - mail: narhip94@mail.ru

Научный руководитель – Буевич С.Ю., к.э.н., доцент

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНЫХ ПАРТНЕРСТВ В РЕГИОНЕ

В статье изучаются вопросы, связанные с финансированием проектов посредством государственно - частного партнерства (ГЧП). Исследованы существующие варианты определений, объекты, формы, требования, предъявляемые к частным партнерам, а

также преимущества его реализации. Приведены примеры уже имеющихся проектов в области транспорта. Проанализированы преимущества и недостатки использования ГЧП, а также выработаны рекомендации по применению всевозможных способов развития перспективных отношений государственной власти и субъектов предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: финансирование, государственно - частное партнерство, формы ГЧП, состояние рынка ГЧП, ГЧП проекты в сфере транспорта и логистики.

The article studies issues related to the financing of projects through public - private partnership (PPP). The existing variants of definitions, objects, forms, requirements for private partners, as well as the advantages of its implementation are explored. Examples of already existing projects in the field of transport are given. The advantages and disadvantages of using PPPs are analyzed, as well as recommendations on the application of all possible ways of development of perspective relations of state power and subjects of entrepreneurial activity.

Keywords: financing, public - private partnership, forms of PPP, state of the PPP market, PPP projects in the field of transport and logistics.

ГЧП представляет собой подход к предоставлению услуг в области инфраструктуры, который коренным образом отличается от традиционных государственных закупок, и связан с рядом вызовов.

Проекты с использованием механизма ГЧП зачастую готовятся в спешке, при отсутствии достаточного финансирования и помощи экспертов. Это – серьезная ошибка. Трудно переоценить значение хорошо подготовленного технико - экономического обоснования, которое выполнено экспертами в области ГЧП и концентрируется на всех аспектах жизнеспособности проекта (в особенности, на оптимальном соотношении цены и качества (Value for Money)).

В современном мире предоставление обществу инфраструктурных услуг главным образом, находится в компетенции публичной власти; ежегодные инвестиции публичного сектора в инфраструктурные проекты намного превосходят объемы аналогичных вложений частного сектора. ГЧП – это соглашение между публичной и частной сторонами о предоставлении инфраструктурных услуг населению или об оказании помощи государству и муниципалитетам в предоставлении этих услуг. Даже для тех поставщиков услуг, в которых публичному сектору принадлежит доминирующее положение, участие частного сектора, (оформленное либо посредством заключения контрактов на строительство, соглашений на оказание услуг, производство товаров или путем создания совместных предприятий) представляется важным для эффективного предоставления услуг. Механизм ГЧП может способствовать более эффективному вовлечению частного сектора в общественные проекты.

Транспортные проекты, включая аэропорты, автомобильные дороги, железные дороги, монорельсовый транспорт, автобусы, туннели и мосты традиционно развивались за счет сочетания частного и государственного финансирования. Государства все больше и больше обращаются к частному сектору за вкладом в разработку новых и приватизацию уже существующих транспортных систем. Транспортный сектор сталкивается с двумя основными ограничениями: прогноз спроса и землеотвод. На спрос на транспортную инфраструктуру оказывают влияние конкурирующие виды транспорта, демографические изменения, экономические условия, стоимость объектов для конечных пользователей, удобство, индивидуальные предпочтения, скорость и ряд других, часто взаимосвязанных

факторов, которые в лучшем случае затрудняют точное прогнозирование спроса. Потребность в доступе к большим участкам земли для строительства транспортных объектов делает их дорогими, долгосрочными и политически чувствительными проектами. Реакция общества на новые транспортные объекты может быть неоднозначной. Свидетельством тому являются сложности, с которыми столкнулись власти при расширении аэропорта Хитроу в Лондоне. Никто не хочет, чтобы во дворе его дома пролегла железная или новая автомобильная дорога. Для многих проектов, в частности, железнодорожных, высокая стоимость земли и строительства не может компенсироваться уровнем допустимых, политически приемлемых тарифов. Многие транспортные проекты требуют конкретной и существенной государственной поддержки.

Рисунок 1. Государственное и частное развитие инфраструктуры²



В отечественных источниках также не наблюдается единообразия подходов к классификации форм ГЧП.

Программой социально - экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006 - 2008 годы), утвержденной распоряжением Правительства РФ от 19.01.2006 г. № 38 - р, которая являлась одним из первых программных документов, предусматривающих развитие ГЧП, были обозначены следующие его формы:

- 1) создание и функционирование особых экономических зон (ОЭЗ);
- 2) формирование и использование Инвестиционного фонда РФ;
- 3) реализация принципов и механизмов, предусмотренных законодательством о концессиях (ФЗ «О концессионных соглашениях»);
- 4) повышение эффективности деятельности государственных институтов развития, в том числе банков развития;
- 5) развитие инновационной инфраструктуры, в том числе создание технико - венчурных парков, производственных кластеров;
- 6) государственная поддержка деятельности венчурных инновационных фондов, финансирующих высокотехнологичные и наукоемкие проекты;
- 7) повышение результативности механизмов поддержки лизинга.

² Deloitte and Touche LPP, перевод с англ. автора.

По критериям права собственности, субъекта управления и источника финансирования выделяются следующие базовые модели ГЧП.

Рисунок 2. Базовые модели государственно - частного партнерства³

Базовые модели	Собственность	Управление	Финансирование
Модель оператора	Частная/ государственная	Частное	Частное
Модель кооперации	Частная/ государственная	Частное/ государственное	Частное/ государственное
Модель концессии	Государственная	Частное/ государственное	Частное/ государственное
Модель договорная	Частная/ государственная	Частное	Частное
Модель лизинга	Частная	Частное/ государственное	Частное/ государственное

Рассмотрим развитие ГЧП на примере Республики Казахстан.

Рисунок 3. Основные факторы, влияющие на развитие ГЧП в Казахстане⁴



Реализация многих крупных проектов требует привлечения «длинных» и дешевых денег путем выхода на международные рынки капиталов.

В свою очередь существуют общие принципы и характеристики проектного финансирования:

- 1) применяется принцип целевого назначения, то есть создается юридическое лицо для реализации одного конкретного проекта (специальная проектная компания);
- 2) осуществляется уступка прав требований по будущим денежным потокам в целях обеспечения кредиторам возврата долга;

³ Шарингер Л. Новая модель инвестиционного партнерства государства и частного сектора. Мир перемен. 2015, №2, С.13. Цит. по: Кабашкин В.А. Государственно - частное партнерство: международный опыт и российские перспективы. / В.А.Кабашкин // М.: ООО «МИЦ», 2010. – С. 242.

⁴ Проект ЕС «Содействие развитию ГЧП в Республике Казахстан». ГЧП как альтернативный механизм реализации бюджетных инвестиций. // Проект ЕС (EuraAid / 128 - 464 / С / SER / KZ) осуществляется ТОО «Делойт ТСФ».

3) заемный капитал является ограниченным (финансирование с ограниченным регрессом), т. е кредитор не имеет право требования на другие источники, например активы акционера (инвестора);

4) применяется принцип выделения активов проектной компании, который заключается в том, что никто не имеет право после уступки обратиться с иском на эти активы, кроме кредиторов. При этом выделенный актив не попадает в ликвидационную массу.

5) существует высокий левередж, то есть отношение долга к собственному капиталу может быть разным от 30 на 70 или от 10 на 90, т. е заем при проектном финансировании может достигать до 90 % стоимости проекта.

Еще одним важным фактором инструмента проектного финансирования является распределение проектных рисков между всеми его участниками на основании заключенных контрактов.⁵

Использование международного опыта, адаптированного к экономике Казахстана может оказать положительный эффект на реализацию инвестиционных проектов и предоставление общественно значимых услуг с использованием механизма ГЧП.

Анализ нормативно – правовой базы РК показывает, что существующее законодательство сдерживает активное внедрение ГЧП в социальной сфере.

Проработка следующих системных вопросов позволит государству привлечь частный сектор для финансирования, строительства и эффективного управления объектами социальной сферы:

1) Пересмотр перечня объектов, не подлежащих передаче в концессию;

2) Пересмотр мер государственной поддержки концессионера для предоставления возможности концессионеру возмещать не только инвестиционные, но и эксплуатационные затраты, объем которых будет зависеть от качества предоставляемых услуг.

3) Совершенствование договоров доверительного управления и аренды в рамках гражданского законодательства, с учетом основных принципов ГЧП, таких как долгосрочность и стабильность контрактов. В данном случае возможно их международной практики адаптировать контракт на «управление и содержание».

Таблица 1. Показатели результатов Программы развития ГЧП на 2011 – 2015 гг⁶

Мероприятия	Ед. изм.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1) Совершенствование концессионного законодательства	Предложение в Прав - во РК		+			+
2) Расширение сфер применения ГЧП за счет внедрения новых видов и контрактов ГЧП (здравоохранение,	Предложение в Прав - во РК		+			

⁵ Винслав Ю.Б. Проектный подход как многоуровневый управленческий феномен: общесистемное содержание, актуальность применения на макроуровне, необходимость и специфика использования на уровне крупных интегрированных корпораций. // Российский экономический журнал. - №6, 2015. – с. 54 - 75.

⁶ Проект ЕС «Содействие развитию ГЧП в Республике Казахстан». ГЧП как альтернативный механизм реализации бюджетных инвестиций. // Проект ЕС (EuropaAid / 128 - 464 / С / SER / KZ) осуществляется ТОО «Делойт ТСФ».

образование, жилищно - коммунальные услуги)						
3) обеспечение эффективного планирования и управления за процессами подготовки и реализации проектов на основе ГЧП	Предложение в Прав - во РК			+		
4) развитие мер гос. поддержки при реализации проектов по различным механизмам ГЧП	Предложение в Прав - во РК		+			+

Успешное развитие ГЧП в Казахстане зависит от системного подхода к согласованному и взвешенному применению механизма ГЧП.

1) Будут внесены предложения в части разработки методологии эффективного управления и контроля за процессами подготовки и реализации проектов на основе ГЧП;

2) На постоянной основе будет проводиться работа по повышению квалификации государственных служащих по вопросам ГЧП;

3) В течение 2011 года в Правительство Республики Казахстан будет представлен отчет по анализу существующего подхода к планированию реализации бюджетных инвестиций с целью определения необходимого комплекса изменений, что позволит внести изменения в некоторые законодательные акты по совершенствованию планирования реализации бюджетных инвестиций в части изменения порядка планирования инвестиционных проектов.

В течение 2014 – 2015 годов будет проводиться реализация проектов ГЧП на основе достигнутых мероприятий по Программе.

Таблица 2. Возможные варианты применения механизма ГЧП в 2011 - 2015 годах по направлениям, традиционно относящимся к сфере ответственности государства⁷

Этапы	Сфера экономики	Основные объекты инфраструктуры
2011 - 2015 расширение сфер применения ГЧП. Внедрение	Автомобильный транспорт	Автомобильные дороги, включая полосы отвода, придорожные полосы, мостовые переходы, тоннели
	Водоснабжение и водоотведение	Водохозяйственные сооружения (водозаборные сооружения, насосные)

⁷ Проект ЕС «Содействие развитию ГЧП в Республике Казахстан». ГЧП как альтернативный механизм реализации бюджетных инвестиций. // Проект ЕС (EugoraAid / 128 - 464 / C / SER / KZ) осуществляется ТОО «Делойт ТСФ».

других контрактов ГЧП		станции, водопроводные очистные сооружения)
	Жилищное строительство	Жилые помещения (комплексы) социального назначения
	Коммунальное хозяйство	Объекты по обслуживанию и эффективному управлению состояния жилищного фонда (капитальный ремонт, обслуживание помещений)
	Переработка твердо - бытовых отходов (далее - ТБО)	Центры по сортировке ТБО; заводы по переработке ТБО, организации по вызову мусора, полигоны ТБО, доставка, прием и захоронение отходов сельского хозяйства на полигонах
	Газоснабжение	Газопроводы, газовое оборудование, сети газоснабжения
	Теплоснабжение	Котельные для теплоснабжения, тепловые сети, системы отопления
	Образование	Объекты дошкольного, среднего и профессионального технического образования, общежития
	Наука	Научные организации, научные лаборатории опытные производства
	Здравоохранение	Объекты здравоохранения и предоставления услуг
	Пенитенциарная система	Учреждения содержания заключенных (тюрем, следственные изоляторы)

Как мы уже отметили выше, в зарубежных исследованиях используется подход классификации форм и моделей ГЧП исходя из степени участия частного сектора в реализации проекта.

Иностранный капитал должен привнести в Россию достижения научно – технического прогресса и передовой управленческий опыт. Приток зарубежных инвестиций необходим для достижения среднесрочных целей – выхода из мирового финансового кризиса, преодоления спада отечественного производства.

При этом необходимо учитывать, что не совпадают интересы российского общества, с одной стороны, и иностранных инвесторов – с другой. Россия заинтересована в реализации масштабных социальных инвестиционных проектов, в обновлении производственного и научного потенциалов, насыщении потребительского рынка высококачественными и недорогими товарами, в проведении антимонопольной политики, освоении западной управленческой культуры для развития российского бизнеса. Иностранные инвесторы, естественно, заинтересованы в новом пространстве для получения прибыли за счет обширного внутреннего рынка России, ее природных богатств, экологической составляющей,

квалифицированной и недорогой рабочей силы, достижений российской науки. ГЧП является мощнейшим инструментом привлечения иностранного капитала в Россию, объединяющим интересы как России, так и внешнего окружения.

Список использованной литературы:

- 1) Алабугин А.А. Концепция, принципы и метод управления инвестиционными проектами по факторам ресурсоемкости продукции. // Финансы и кредит. - №8, 2015. – с. 14 - 20.
- 2) Воробьев А.А. Методика внедрения проектного подхода в действующую систему антикризисного управления промышленным предприятием. // Эффективное антикризисное управление. - №4, 2016. – с. 76 - 80.
- 3) Винслав Ю.Б. Проектный подход как многоуровневый управленческий феномен: общесистемное содержание, актуальность применения на макроуровне, необходимость и специфика использования на уровне крупных интегрированных корпораций. // Российский экономический журнал. - №6, 2015. – с. 54 - 75.
- 4) Городнова Н.В. Повышение эффективности управления инвестиционными проектами ГЧП в регионе. // Региональная экономика. - №11, 2016. – с. 7 - 20.
- 5) Гордонова Н.В. Интеграция государства и частного бизнеса: развитие социально ориентированной экономики // финансы и кредит. - №6, 2012. – с. 12 - 25.
- 6) Давлятбаева В.Р. Экономический инструментарий повышения эффективности управления ГЧП в инвестиционно - строительной сфере на примере Свердловской области // Вестник ДГТУ. Экономические науки. - №2, 2016. – с. 13 - 23.
- 7) Джеффри Делмон. ГЧП в инфраструктуре // Практическое руководство для органов государственной власти. / PPIAF. 2010.
- 8) Лобзов А.В. Основы и планирование маркетинга продукта «корпоративная система управления проектами» // Маркетинг и маркетинговые исследования. - №1, 2015. – с. 12 - 20.
- 9) Малахова Т.А. Повышение эффективности управления инвестиционными проектами в регионе. // Региональная экономика. - №17, 2016. – с. 42 - 48.
- 10) Никулина О.В. Инновационный подход к управлению инвестиционными проектами предприятий золотодобывающей промышленности. // Региональная экономика. - №5, 2016. – с. 86 - 97.
- 11) Соколов Р.В. Оценка гибкости управления проектами информационных систем с учетом концепции маркетинга взаимодействия. // Проблемы современной экономики. - №1, 2014. – с. 12 - 24.
- 12) Томашева В.В. Управление инвестиционной деятельностью как фактор устойчивого функционирования компании // Финансы и кредит. - №46, 2015. – с. 54 - 65.
- 13) Проект ЕС «Содействие развитию ГЧП в Республике Казахстан». ГЧП как альтернативный механизм реализации бюджетных инвестиций. // Проект ЕС (EuropaAid / 128 - 464 / C / SER / KZ) осуществляется ТОО «Делойт ТСФ».
- 14) Deloitte and Touche LLP, перевод с англ. автора.

Н.В. Байдова, старший преподаватель
кафедры ЭиМ Академии ФСИН России,

А.В. Байдов, доцент кафедры ПГС
Рязанского института (филиала)

Московского политехнического университета

А. С. Панчихина, курсант 522 учебной группы
г. Рязань, Российская Федерация

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ ИСПРАВИТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Исправительная колония ФКУ ИК - 18 по Мурманской области является колонией строгого режима, обеспечивающая исполнение наказаний осужденных с обязательным привлечением к труду. Максимальное количество спецконтингента, способное принять учреждение, составляет 1543 человека. Численность административного персонала колонии составляет 217 человек.

Со дня образования исправительного учреждения основной производственной деятельностью колонии была обработка древесины. С 1982 года происходит подъем производства, связанный с развитием металлообработки. В настоящее время на базе ФКУ ИК - 18 образован в центр трудовой адаптации осужденных (ЦТАО), на котором действуют производственные участки: деревообрабатывающий, швейный, металлообрабатывающий и товаров народного потребления. Структура продукции, произведенной в 2016 году представлена на рисунке 1.

Наибольший удельный вес в структуре товарной продукции занимает производство хлеба и мучных кондитерских изделий - 42,78 % , производство мебели – 30,2 % , пошив швейных изделий – 12,8 % . На долю остальных видов производств приходится около 14 % . Проанализируем структуру товарной продукции, выпускаемой ЦТАО в динамике за три года (табл. 1).

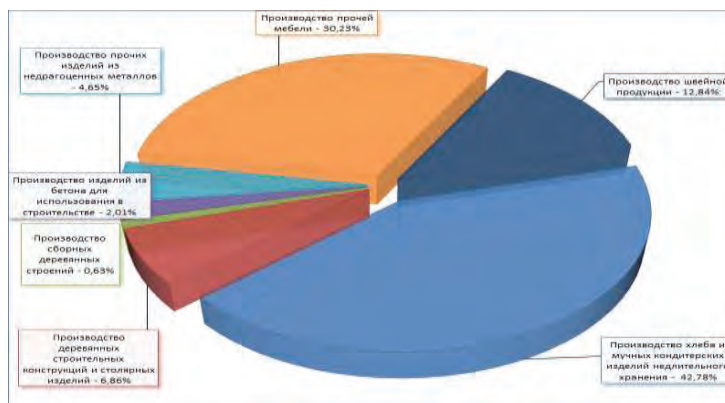


Рис. 1 – Структура продукции, произведенной в 2016 году

Таблица 1 - Структура товарной продукции ЦТАО ФКУ ИК - 18 УФСИН России по Мурманской области за 2014 - 2016 год

№ п / п	Вид продукции	2014		2015		2016		Абсолютное откл. 2014 / 2016	Относительное откл. 2014 / 2016
		тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%		
1.	Производство хлеба и мучных кондитерских изделий	3478,5	51,42	6208,2	73,77	2712,8	42,78	- 765,70	77,99
2.	Производство мебели	950,6	14,05	1263,8	15,02	1917,5	30,23	966,90	201,71
3.	Производство швейной продукции	1002,4	14,82	362,4	4,31	814,2	12,84	- 188,20	81,23
2.	Производство деревянных строительных конструкций и столярных изделий	1070,9	15,83	388,4	4,62	435,2	6,86	- 635,70	40,64
3.	Производство сборных деревянных строений	130,1	1,92	100	1,19	40	0,63	- 90,10	30,75
4.	Производство изделий из бетона	48,1	0,71	2,5	0,03	127,2	2,01	79,10	264,45
5.	Производство прочих изделий из драгоценных металлов	83,9	1,24	90,5	1,08	295,1	4,65	211,20	351,73
	Итого	6764,5	100	8415,8	100	6342	100	- 422,50	93,75

Представленные данные свидетельствуют о том, что в 2016 году было произведено хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения на сумму 2712,8 тыс. руб. Сравнивая, объем данного производства за анализируемый период можно заметить значительное его сокращение на 765,7 тыс. руб. или 22 %. Производство мебели в

стоимостном выражении составляет 1917,5 тыс. руб. В динамике за три года можно отметить возрастание данного производства в 2 раза. На третьем месте находится швейное производство в стоимостном выражении 814,2 тыс.руб. Рассматривая данный показатель в динамике, можно увидеть, что происходит сокращение объема выпуска на 18,7 % . Остальные изменения в выпускаемой продукции значительным образом не меняют структуру произведенной продукции [2, с.88].

Проведенный анализ показывает, что в данном учреждении наблюдается снижение объемов производства товарной продукции в 2016 году на 422,5 тыс. руб. по сравнению с 2014 годом, и на 2073,8 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом. Это дает нам возможность предположить, что развитие мебельного производства, имеющее место в 2016 году не в состоянии обеспечить недополученную выгоду от уменьшения производства хлеба, мучных кондитерских изделий и швейной продукции. Возникает необходимость в грамотном управлении, которое способствует развитию предприятия, усовершенствованию его продукции и быстрому продвижению на рынке [1, с. 16]. Целесообразней в рамках данного учреждения сделать акцент на продовольственное и вещевое самообеспечение в рамках уголовно - исполнительной системы.

Список использованной литературы:

1. Байдова Н.В. Современные тенденции управления персоналом в России / Инновационные технологии научного развития: сборник статей международной научно - практической конференции. –Уфа: Аэтерна, 2016.С. 14 - 16.

2. Калашников Г.М., Гришина О.Ю., Азизов А.В. Анализ структуры товарной продукции исправительных учреждений Калининградской области // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии, 2017. № 3 - 4 (35). С. 87 - 88.

© Н.В. Байдова, А.В. Байдов, А. С.Панчихина , 2017

УДК 330

Балашова С. В.
студентка РГРТУ, г. Рязань, РФ

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стратегия управления персоналом - это приоритетное направление формирования конкурентоспособного высокопрофессионального, ответственного и сплоченного трудового коллектива, способствующего достижению долгосрочных целей и реализации общей стратегии организации. Это средство, путь достижения целей организации и системы управления персоналом за счет формирования и развития конкурентных преимуществ в области персонала. [1, с.13]

Для того чтобы сформировать стратегию развития компании и персонала, необходимо дать оценку существующему положению вещей.

Сначала нужно проанализировать текущее положение дел в компании.

На первом этапе необходимо оценить:

- финансовое положение компании;
- текущее состояние персонала – возраст, профессиональные навыки, уровень образования;

- анализ аналогичных показателей в других компаниях;
- анализ бизнес - целей компании.[3, с.16]

При анализе стратегии компании задача состоит в выделение ключевых зон влияния персонала как ресурса и проведение анализа функциональных стратегий подразделений компании.

В рамках данного анализа выделяются подразделения, в которых наблюдается «текучесть» кадров, анализируется дисциплина труда, выполнение планов, взаимосвязь достигнутых показателей от обучения и развития персонала, также дается оценка кадровому резерву. После того как были проанализированы документы, необходимо понять, какие потребности и ожидания есть у заинтересованных сторон.

Кроме того, на первом этапе проводится изучение внешней среды, включающее в себя анализ двух частей:

- анализ макроокружения: состояние экономики и общих тенденций на российском рынке труда; правовое регулирование и управление в сфере труда и социального обеспечения; политические процессы и профсоюзное движение; социальная и культурная составляющие общества; научно - техническое развитие; развитие инфраструктуры и другие общие тенденции;

- анализ непосредственного окружения: анализ локального рынка труда; политика региональных и местных властей в области труда, занятости и социального обеспечения; профсоюзы, в которых состоят работники предприятия; кадровая политика конкурентов.[2, с.155]

На втором этапе необходимо произвести оценку перспектив развития компании и персонала:

- план развития компании на среднесрочный (до года) и долгосрочный период (до 5 лет);
- перспективы развития персонала на среднесрочный и долгосрочный период: смена поколений, формирование кадрового резерва, обучение персонала.

В заключение следует отметить, что должна быть разработана единая система работы с персоналом и исходящее из нее стратегии отдельных направлений – обучение, развитие, мотивация и пр.

Если гарантии и компенсации в компании ниже рыночного уровня, то сотрудники ее постепенно предпочтут сменить место работы. Если компания не может достигнуть сопоставимого уровня заработной платы, то необходимо позаботиться о предоставлении иных гарантий работникам: добровольное медицинское страхование, наличие пенсионного страхования, кредитования сотрудников для приобретения автомобилей, недвижимости, направление детей сотрудников в оздоровительные лагеря, проведение корпоративных праздников и корпоративного обучения. Данный план также требует детальной проработки. Однако при разработке данных планов многие работодатели не спрашивают мнение сотрудников, что является ошибочным. Многие работодатели просто не задумываются над тем, что многие работники готовы отказаться от шикарного корпоратива с приглашением знаменитостей в обмен на выплату скромной премии к Новому году. [3, с.17]

Список использованной литературы:

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом: теория и практика. Кадровая политика и стратегия управления персоналом: Учебно - практическое пособие [Текст] / А.Я.Кибанов. - Москва: Проспект, 2012. - 64 с.

2. Оганесян И.А. Управление персоналом организации [Текст] / И.А.Оганесян. - Проспект, 2012. - 256 с.

3. Шестакова Е.В. Создаем стратегию развития [Текст] / Е.В.Шестакова // Служба кадров и персонала. - 2012. - №10. - с. 16 - 17.

© С.В. Балашова, 2017

УДК 338.24

М.А. Батьковский

к.э.н., ведущий научный сотрудник

АО «Научно - испытательный центр «Интелэлектрон»,

г. Москва, Российская Федерация

НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ РИСКОВ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ*

Для определения размера резервного финансового фонда нейтрализации риска реализации инвестиционных проектов введем понятие «норма резерва». Под нормой резерва проекта будем понимать частное от деления суммы имевших место дополнительных ассигнований по отдельным проектам на сумму запланированных по этим работам затрат [1, с. 121]. Аналогично под нормой резерва инвестиционного плана – долю дополнительных ассигнований, выделяемых на реализацию перспективных и текущих планов [2, с. 6]. Метод определения величины резервного фонда должен базироваться на анализе статистической закономерности нормы резерва, получения на его основе соответствующих статистических характеристик и последующей их корректировки на основе рассчитанных значений математического ожидания безрезультатно израсходованных средств [3, с. 524]. При известной норме резерва можно определить точный размер резервного фонда. Для этого достаточно умножить норму резерва (x) на сумму утвержденных ассигнований (C): $\delta C_p = xC$. Таким образом задачу определения размера резервного фонда можно свести к определению такой величины нормы резерва, чтобы при данном уровне достоверности его величина не превысила заранее рассчитанной нормы [4, с. 17].

Предположим, что плотность и функция распределения нормы резерва за прошлые годы известны. В случае же отсутствия достаточного количества статистических данных для инвестиционных проектов, норму резерва можно выбрать на уровне предыдущего года или на основе методов экспертного анализа [5, с. 86]. Зная величину x_0 , можно рассчитать требуемый размер резервного фонда описанным способом. Для отыскания рационального решения об объемах резервов ассигнований для вариантов финансирования проекта необходимо принять критерий, то есть меру, при помощи которой можно оценить какой вариант является лучшим или худшим [6, с. 25].

В качестве критерия выберем минимизацию среднего риска (критерий Байеса). Моделирование такого процесса может быть довольно сложным, но в основе данного подхода лежит простая модель. Рассмотрим случай, когда для проекта либо создается резерв, либо нет. Пусть p_c – априорная вероятность создания резерва. При использовании

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ (проект № 16 - 06 - 00028)

этого критерия для оптимизации объема резерва, кроме знаний априорных вероятностей, необходимо определить «цену» ошибочного решения, которая складывается из «платы» за создание резерва для проекта в случае, когда он не нужен (излишнее резервирование) $C_{\text{потерь}}$ и «плату» за срыв проекта в случае принятия решения об избыточности резерва $C_{\text{срыва}}$. Тогда при производстве большого числа расчетов в среднем лучшим будет тот вариант, который потребует меньшую «плату» за излишний резерв и срыв проекта [7, с. 61]. Правильным решениям также можно приписать соответствующие стоимости, но в данном примере считаем их нулевыми.

Существуют также стоимости, связанные с объемом выборки или временем, предоставляемым на выполнение процесса резервирования средств [8, с. 59]. Но так как объем выборки заранее определен, то простую функцию ожидаемой (расчетной) стоимости (ожидаемых потерь) можно записать в виде:

$$E(C) = C_{\text{потерь}} \cdot [1 - p_c] \cdot \alpha + C_{\text{срыва}} \cdot p_c \cdot \beta, \quad (1)$$

где α – вероятность создания резерва для проекта, в случае, когда он не нужен; β – вероятность срыва проекта в случае принятия решения об избыточности резерва.

Для нахождения вероятностей принятия ошибочных решений введем понятие функции объема резерва ассигнований $u(t)$ на i -ый проект, которая в общем случае является суммой планируемого резерва ассигнований в рамках ГОЗ $u_{\text{П}}(t)$ и величины корректировки резерва в ходе выполнения проекта $u_{\text{К}}(t)$:

$$u_i(t) = u_{\text{П}}(t) + u_{\text{К}}(t) \quad (2)$$

Учитывая, что в течение года планируемый объем резерва ассигнований на отдельные проекты можно принять неизменной величиной. В этом случае распределение корректировки резерва подчинено нормальному закону, распределение $u_i(t)$ («план + корректировка») описывается обобщенным законом Релея, плотность вероятности которого имеет вид:

$$w_{\text{ПК}}(\bar{u}_i) = \bar{u}_i \cdot e^{-\frac{\bar{u}_i^2 + v_i^2}{2}} \cdot I_0(v_i \bar{u}_i) \quad (3)$$

где $\bar{u}_i = \frac{u_i(t)}{\sigma_{iK}}$ – функция изменения объемов резерва ассигнований по i -му проекту; σ_{iK} –

среднеквадратическое отклонение корректировки резерва по i -му проекту; v_i – величина, обратная норме резерва; $I_0(v_i \bar{u}_i)$ – модифицированная функция Бесселя первого рода нулевого порядка от аргумента $v_i \bar{u}_i$.

Тогда выражения для вероятностей α и β можно представить в следующем виде (для дискретных величин следует перейти к суммированию):

$$\alpha = \int_{x_0}^{\infty} w_{\text{ПК}}(\bar{u}_i) d\bar{u}_i = \int_{x_0}^{\infty} \bar{u}_i \cdot e^{-\frac{\bar{u}_i^2}{2}} d\bar{u}_i \quad (4)$$

$$\beta = \int_0^{x_0} w_{\text{ПК}}(\bar{u}_i) d\bar{u}_i = \int_0^{x_0} \bar{u}_i \cdot e^{-\frac{\bar{u}_i^2 + v_i^2}{2}} \cdot I_0(v_i \bar{u}_i) d\bar{u}_i \quad (5)$$

где $w_{\text{ПК}}(\bar{u}_i) = \bar{u}_i \cdot e^{-\frac{\bar{u}_i^2}{2}}$ – плотность вероятности корректировки резерва ассигнований на i -ый проект при планируемых на него резервах = 0.

С учетом изложенного критерием выбора наилучшего варианта создания резерва для вариантов финансирования проекта выступает минимум платы за ошибки принятия решения о создании резерва:

$$E(C) = C_{\text{потерь}} \cdot [1 - p_c] \cdot \alpha + C_{\text{срыва}} \cdot p_c \cdot \beta \rightarrow \min \quad (6)$$

Список использованной литературы:

1. Батьковский А.М., Гордейко С.В., Мерзлякова А.П. и др. Оценка экономической устойчивости предприятий оборонно - промышленного комплекса // Аудит и финансовый анализ. 2011. № 6. - С. 120 - 126
2. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Булава И.В. Анализ динамики и эффективности интеграции производства вооружений и военной техники // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 1. - С. 2 - 11.
3. Батьковский А., Батьковский М., Булава И. и др. Уменьшение рисков деятельности предприятий с помощью инструментария оценки их экономической устойчивости // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 4. - С. 522 - 526.
4. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Стяжкин А.Н. Инструментарий оценки и повышения эффективности деятельности интегрированных структур радиоэлектронной промышленности // Электронная промышленность. 2012. № 3. - С. 15 - 24.
5. Батьковский А.М., Батьковский М.А. Инновационная модернизация оборонно - промышленного комплекса России. - М.: онтоПринт, 2014. - 175 с.
6. Батьковский А.М. Анализ рисков реализации программных мероприятий развития оборонно - промышленного комплекса в условиях развития кризисных явлений в экономике // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития экономических наук: сборник статей Международной научно - практической конференции (10 февраля 2015 г.). - Уфа: Научный центр «Аэтерна», 2015. - С. 24 - 26.
7. Батьковский А.М., Булава И.В., Мингалиев К.Н. Макроэкономический анализ уровня и возможностей финансового обеспечения военной безопасности России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2009. № 21. - С. 58 - 65
8. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Батьковский М.А. и др. Развитие инструментария оценки финансовой устойчивости предприятий оборонно - промышленного комплекса // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 11 (305). - С. 55–66.

© Батьковский М.А., 2017

УДК 658.3

Б.А. Бевз

Обучающийся 4 курса, Институт экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

О.В. Севастьянова

К.э.н., старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда,
Институт экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В последнее время бизнес все больше зависит от сплоченности и командной работы коллектива, а это требует создания ценностей, которые объединяют, правил, которые помогают эффективно работать всем ее членам; со временем исчезают мотивационные

особенности и персональные потребности персонала предприятия, которые поднимаются на новый уровень; экономические средства мотивации, не всегда дают свой эффект, в случае, если есть потребность самореализации работников коллектива. Тема организационной культуры требует детального рассмотрения, так как от построения целого ряда конструкций внутренней среды зависит позиционирование предприятия, его возможность выдерживать действия рыночных изменений.

Тематика совершенствования организационной культуры рассматривалась в работах таких ученых как Базарова Т.Ю.[1], Виханского О.С.[2], Гречкина А.В.[3], Пригожин А.И.[4].

Несмотря на многочисленные публикации, проблематика исследования и поиска подходов к совершенствованию организационной культуры предприятия легкой промышленности, которая имеет свои особенности, требует более детального рассмотрения.

Целью работы является поиск концептуальных направлений по совершенствованию организационной культуры предприятий легкой промышленности. Тем более, что современное состояние функционирования предприятий отрасли легкой промышленности Республики Крым нельзя назвать стабильным, важнейшими причинами этого являются:

- высокий удельный вес давальческих схем и невысокое качество отечественных материальных ресурсов;
- низкий уровень загрузки производственных мощностей;
- отсутствие четко определенной системы приоритетов в производстве продукции;
- высокая доля импортируемых товаров ввозится по заниженной таможенной стоимости, качество которых зачастую не соответствует международным стандартам;
- отсутствие современной профессионально - квалификационной структуры кадров.

Совершенствование организационной культуры включает в себя несколько главных этапов:

- рассмотрение существующей системы приоритетов в коллективе предприятия;
- оценка взаимосогласованности стратегии предприятия и ее целям;
- создание новой культуры для коллектива [2].

Максимально эффективной будет такая культура, которая по мере согласована с распространенными в обществе социальными и нравственными правилами, стадией развития организации, сложившейся или желаемой моделью поведения, миссией, взглядом, особенностями бизнеса, стратегическими целями, доминирующим методом управления, характером власти и влияния, интересами персонала, групп и организации.

Управленческое формирование и развитие организационной культуры должно брать за основу три взаимосвязанных фактора: функциональный, элементный и организационный. Управленческое обеспечение функционального построения организационной культуры имеет целью конкретное определение миссии каждого руководителя и работника; элементного построения – обеспечение данного процесса необходимыми ресурсами, которые будут способствовать развитию предприятия; организационного построения – создание приказов и задач для работников по организации подразделения по управлению совершенствованием организационной культуры. Программа усовершенствования, как и любое нововведение, должна разрабатываться руководителями и соответствующими подразделениями предприятия.

Таким образом, организационная культура, вырастающая из специфики предприятия легкой промышленности, должна развиваться в соответствии с потребностями организационного построения и возникающих задач или изменений.

Список использованной литературы:

1. Базаров Т.Ю. Технологии корпоративной культуры [Текст] / Т.Ю. Базаров, В. И. Маслов. - М.: Банки и биржи, 2007. - 309 с.
2. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебник. - 2 - е изд. [Текст] / О.С. Виханский, А. И. Наумов. - М.: Фирма «Гардарика», 1996. - 416 с.
3. Гречкин А.В. Особенности формирования организационной культуры на российских предприятиях [Текст] / А.В. Гречкин // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2010. №1 С.70 - 76.
4. Пригожин А.И. Организационная культура и ее преобразование [Текст] : общественно - политическая литература [Текст] / А.И. Пригожин // Общественные науки и современность. - 2003. - №5. - С.12 - 22.

© Б.А. Бевз, О.В. Севастьянова, 2017

УДК 338

А.В. Белозерская

К.э.н., доцент

А.О. Рудь

Магистрант 1 - го курса

Факультет технологии, экономики и дизайна

Армавирский государственный педагогический университет

г.Армавир, Российская Федерация

ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

Анализ финансового состояния предприятия - это исследовательский и оценочный процесс, главная цель которого своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности [1, с.18 - 22].

Анализом финансового состояния занимаются не только руководители и соответствующие службы предприятия, но и его учредители, инвесторы с целью изучения эффективности использования ресурсов, банки для оценки условий кредитования и определения степени риска, поставщики для своевременного получения платежей, налоговые инспекции для выполнения плана поступлений средств в бюджет и т.д. В соответствии с этим анализ делится на внутренний и внешний.

Внутренний анализ проводится службами предприятия и его результаты используются для планирования, контроля и прогнозирования финансового состояния предприятия. Его цель - установить планомерное поступление денежных средств и разместить собственные и

заемные средства таким образом, чтобы обеспечить нормальное функционирование предприятия, получение максимума прибыли и исключение банкротства.

Внешний анализ осуществляется инвесторами, поставщиками материальных и финансовых ресурсов, контролирующими органами на основе публикуемой отчетности. Его цель - установить возможность выгодно вложить средства, чтобы обеспечить максимум прибыли и исключить риск потери.

Для точной и полной характеристики финансового состояния предприятия и тенденций его изменения достаточно сравнительно небольшого количества финансовых коэффициентов. Важно, чтобы каждый из этих показателей отражал наиболее существенные стороны финансового состояния. Система относительных финансовых коэффициентов по экономическому смыслу может быть подразделена на ряд характерных групп.

Показатели оценки рентабельности предприятия. Показатели этой группы являются относительными характеристиками финансовых результатов и предназначены для оценки общей эффективности вложения средств в данное предприятие. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса. Показатели рентабельности - это важные характеристики факторной среды формирования прибыли и дохода предприятий. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики.

- Показатели оценки деловой активности или капиталотдачи. Деловая активность предприятия в финансовом аспекте проявляется в скорости оборота его средств. Анализ показателей деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики разных финансовых коэффициентов оборачиваемости, которые являются относительными показателями финансовых результатов деятельности предприятия.

- Показатели оценки рыночной устойчивости. Показатели рыночной устойчивости характеризуют соотношение собственного и заемного капитала, а также структуру собственных и заемных средств. Показатели оценки рыночной устойчивости следует рассматривать в динамике при определении перспективного варианта организации финансов и выработке финансовой стратегии.

- Показатели оценки ликвидности как основы платежеспособности. Показатели этой группы позволяют описать и проанализировать способность предприятия отвечать по своим текущим обязательствам. В основу алгоритма расчета этих показателей заложена идея сопоставления текущих активов (оборотных средств) с краткосрочными пассивами. В результате расчета устанавливается, в достаточной ли степени обеспечено предприятие оборотными средствами, необходимыми для расчета с дебиторами по текущим операциям. Поскольку различные виды оборотных средств обладают различной степенью ликвидности (способностью к быстрой конвертации в абсолютно ликвидные средства - денежные средства), рассчитывают несколько коэффициентов ликвидности.

Каждый результативный показатель зависит от многочисленных и разнообразных факторов. Чем более детально исследуется влияние факторов на величину результативного показателя, тем точнее результаты анализа и оценка качества работы предприятий. Без глубокого и всестороннего изучения факторов нельзя сделать обоснованные выводы о

результатах деятельности, выявить резервы производства, обосновать планы и управленческие решения.

Существуют различные подходы к проведению анализа финансового состояния.

Методика проведения анализа финансового состояния, предлагаемая А.Д. Шереметом предназначена для обеспечения управления финансовым состоянием предприятия и оценки финансовой устойчивости его деловых партнеров в условиях рыночной экономики. Она включает элементы, общие как для внешнего, так и для внутреннего анализа. Основы методики могут быть адаптированы к требованиям конкретного внешнего пользователя и поэтому имеют универсальный характер, вытекающий из универсальности рыночных отношений, объединяющих различные формы собственности и различные виды экономической деятельности [2, с.54 - 66].

Методика включает следующие блоки анализа: общая оценка финансового состояния и его изменения за отчетный период; анализ финансовой устойчивости предприятия; анализ ликвидности баланса; анализ деловой активности и платежеспособности предприятия.

Оценка финансового состояния и его изменений за отчетный период по сравнительному аналитическому балансу, а также анализ показателей финансовой устойчивости составляют исходный пункт, из которого должен развиваться заключительный блок анализа финансового состояния. Сравнительный аналитический баланс получается из исходного баланса путем дополнения его показателями структуры, динамики и структурной динамики вложений и источников средств предприятия за отчетный период. Обязательными показателями сравнительного аналитического баланса являются: абсолютные величины по статьям исходного отчетного баланса на начало и конец периода; удельные веса статей баланса в валюте баланса на начало и конец периода; изменения в абсолютных величинах; изменения в удельных весах; изменения в процентах к величинам на начало периода (темп прироста статьи баланса); изменения в процентах к изменениям валюты баланса (темп прироста структурных изменений - показатель динамики структурных изменений); цена одного процента роста валюты баланса и каждой статьи - отношение величины абсолютного изменения к проценту абсолютного изменения на начало периода. Сопоставляя структуры изменений в активе и пассиве, можно сделать вывод о том, через какие источники в основном был приток новых средств и в какие активы эти новые средства в основном вложены [5].

Анализ ликвидности баланса должен оценивать текущую платежеспособность и давать заключение о возможности сохранения финансового равновесия и платежеспособности в будущем. Сравнительный аналитический баланс и показатели финансовой устойчивости отражают сущность финансового состояния. Ликвидность баланса характеризует внешние проявления финансового состояния. Углубление анализа на основе данных учета приводит к задачам, относящимся преимущественно к внутреннему анализу. Так, исследование факторов финансовой устойчивости вызывает необходимость внутреннего анализа запасов и затрат, а уточнение оценки ликвидности баланса производится с помощью внутреннего анализа состояния дебиторской и кредиторской задолженности. В ходе анализа для характеристики различных аспектов финансового состояния применяются как абсолютные показатели, так и финансовые коэффициенты, перечисленные выше.

А.Д. Шеремет предлагает проводить в рамках анализа финансового состояния предприятий комплексную рейтинговую оценку предприятий. Составными этапами

методики комплексной сравнительной рейтинговой оценки финансового состояния предприятия являются:

- сбор и аналитическая обработка исходной информации за оцениваемый период времени;
- обоснование системы показателей, используемых для рейтинговой оценки финансового состояния, рентабельности и деловой активности предприятия, расчет итогового показателя рейтинговой оценки;
- классификация (ранжирование) предприятий по рейтингу [2, с.33 - 41].

Исходные показатели для рейтинговой оценки объединены в 4 группы (убыточные предприятия в данной системе не рассматриваются).

В первую группу включены наиболее обобщенные и важные показатели оценки прибыльности (рентабельность) хозяйственной деятельности предприятия. В общем случае показатели рентабельности предприятия представляют собой отношение прибыли к тем или иным средствам (имуществу) предприятия, участвующим в получении прибыли. Здесь полагается, что наиболее важными для сравнительной оценки являются показатели рентабельности, исчисленные по отношению чистой прибыли ко всему имуществу или к величине собственных средств предприятия.

Во вторую группу включены показатели оценки эффективности управления предприятием. Эффективность определяется отношением прибыли ко всему обороту (всей реализации) предприятия или только к выручке от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость.

В третью группу включены показатели оценки деловой активности предприятия. К ним относятся: отдача всех активов предприятия, отдача основных фондов, оборачиваемость оборотных фондов, оборачиваемость запасов и затрат, оборачиваемость дебиторской задолженности, показатели оборачиваемости наиболее ликвидных активов и собственного капитала.

В четвертую группу включены показатели оценки ликвидности и рыночной устойчивости предприятия. К ним относятся: коэффициенты покрытия и ликвидности, индекс постоянного актива, коэффициент автономии, обеспеченность запасов и затрат собственными оборотными средствами.

Исходные показатели для рейтинговой оценки рассчитываются либо на конец года, либо к усредненным значениям статей баланса. После набора некоторой статистики для финансового анализа (бухгалтерских отчетов за ряд лет) целесообразно организовать и поддерживать автоматизированную базу данных исходных показателей для рейтинговой оценки, рассчитанных по данным баланса на конец каждого отчетного периода либо по усредненным данным за каждый период.

В основе расчета итогового показателя рейтинговой оценки лежит сравнение предприятий по каждому показателю финансового состояния, рентабельности и деловой активности с условным эталонным предприятием, имеющим наилучшие результаты по всем сравниваемым показателям. Таким образом, базой отчета для получения рейтинговой оценки состояния дел предприятия являются не субъективные предположения экспертов, а сложившиеся в реальной рыночной конкуренции наиболее высокие результаты из всей совокупности сравниваемых объектов. Эталоном сравнения является как бы самый удачливый конкурент, у которого все показатели лучшие. В большинстве случаев эталонное предприятие может формироваться из показателей работы объектов,

принадлежащих различным отраслям деятельности. Это не является препятствием применению метода оценки, т.к. финансовые показатели сопоставимы для разнородных объектов хозяйствования.

Предлагаемая методика делает количественно измеримой оценку надежности делового партнера по результатам его текущей и предыдущей деятельности, однако ее применение ограничено в основном сферой материального производства. Ограничение связано с набором исходных показателей для рейтинговой оценки.

Анализ финансового состояния предприятия по данным бухгалтерской отчетности может быть выполнен с различной степенью детализации. В.В. Ковалев подробно рассматривает основные принципы и последовательность методики анализа финансового состояния. Детализация процедурной стороны методики анализа финансового состояния зависит от поставленных целей, а также различных факторов информационного, временного, методического обеспечения. Логика аналитической работы предлагает проведение анализа финансового состояния предприятия в виде экспресс - анализа финансового состояния и детализированного анализа финансового состояния.

Целью экспресс - анализа финансового состояния является наглядная и простая оценка финансового благополучия и динамики развития хозяйствующего субъекта. Экспресс - анализ целесообразно выполнять в три этапа: подготовительный этап, предварительный обзор бухгалтерской отчетности, экономическое чтение и анализ отчетности.

Цель первого этапа - принять решение о целесообразности финансовой отчетности и убедиться в ее готовности к чтению. Первая задача решается путем ознакомления с аудиторским заключением. Проверка готовности отчета к чтению носит технический характер

Цель второго этапа - ознакомление с пояснительной запиской к балансу. Это необходимо для того, чтобы оценить условия работы в отчетном периоде, определить тенденции основных показателей деятельности, а также качественные изменения в имущественном и финансовом положении хозяйствующего субъекта.

Третий этап - основной в экспресс - анализе; его цель - обобщенная оценка результатов хозяйственной деятельности и финансового состояния объекта. В общем виде методикой экспресс - анализа отчетности предусматривается анализ ресурсов и их структуры, результатов хозяйствования, эффективности использования собственных и заемных средств. Смысл экспресс - анализа - отбор небольшого количества наиболее существенных показателей и постоянное отслеживание их динамики. Приведем один из вариантов совокупности аналитических показателей для экспресс - анализа [3, с.88 - 103].

а) Оценка экономического потенциала субъекта хозяйствования.

- Оценка имущественного положения: величина основных средств и их доля в общей сумме активов; коэффициент износа основных средств; общая сумма хозяйственных средств, находящихся в распоряжении предприятия.

- Оценка финансового положения: величина собственных средств и их доля в общей сумме источников; коэффициент текущей ликвидности; доля собственных оборотных средств в общей их сумме; доля долгосрочных заемных средств в общей сумме источников; коэффициент покрытия запасов. - Наличие «больших статей в отчетности»: убытки; ссуды и займы, не погашенные в срок; просроченная дебиторская и кредиторская задолженность.

б) Оценка результативности финансово - хозяйственной деятельности.

- Оценка прибыльности: прибыль; рентабельность общая; рентабельность основной деятельности.

- Оценка динамичности: сравнительные темпы роста выручки, прибыли и авансированного капитала; оборачиваемость активов; продолжительность операционного и финансового цикла; коэффициент погашаемости дебиторской задолженности.

- Оценка эффективности использования экономического потенциала: рентабельность авансированного и собственного капитала.

Экспресс - анализ может завершаться выводом о целесообразности или необходимости более углубленного и детального анализа финансовых результатов и финансового положения.

Цель проведения детализированного анализа финансового состояния - более подробная характеристика имущественного и финансового положения хозяйствующего субъекта, результатов его деятельности в истекшем отчетном периоде, а также возможностей развития субъекта на перспективу. Он конкретизирует, дополняет и расширяет отдельные процедуры экспресс - анализа. Степень детализации зависит от желания аналитика.

В общем виде программа углубленного анализа финансового состояния предприятия выглядит следующим образом:

а) Предварительный обзор экономического и финансового положения субъекта хозяйствования.

- Характеристика общей направленности финансово - хозяйственной деятельности.

- Выявление «больных» статей отчетности.

б) Оценка и анализ экономического потенциала субъекта хозяйствования.

- Оценка имущественного положения: построение аналитического баланса - нетто, вертикального, горизонтального баланса, анализ качественных сдвигов в имущественном положении. Для оценки имущественного положения предприятия используются показатели: сумма хозяйственных средств, находящихся в распоряжении предприятия, коэффициенты износа, обновления и выбытия основных средств.

- Оценка финансового положения включает в себя:

Оценку ликвидности и платежеспособности, т.е. способности предприятия своевременно и в полном объеме произвести расчеты по обязательствам. Для оценки ликвидности и платежеспособности используются показатели: величина собственных оборотных средств, маневренность функционирующего капитала, коэффициенты текущей, быстрой и абсолютной ликвидности, коэффициент покрытия запасов.

Оценку финансовой устойчивости. Для оценки финансовой устойчивости используются показатели: коэффициенты: концентрации собственного капитала, финансовой зависимости, маневренности собственного капитала, структуры долгосрочных вложений, соотношения собственных и привлеченных средств.

в) Оценка и анализ результативности финансово - хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования.

- Оценка производственной (основной) деятельности. Показатели этой группы характеризуют результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности. Рассчитываются различные показатели, характеризующие эффективность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Основные из них - выработка, фондоотдача, оборачиваемость производственных запасов, продолжительность операционного цикла, оборачиваемость авансированного капитала и др.

- Анализ рентабельности. К основным показателям этого блока, используемым для характеристики рентабельности вложений в деятельность того или иного вида, относятся рентабельность авансированного капитала и рентабельность собственного капитала.

- Оценка положения на рынке ценных бумаг. Этот фрагмент анализа выполняется в компаниях, зарегистрированных на фондовых биржах и котирующих там свои ценные

бумаги. Рассчитываются показатели: доход на акцию, дивидендная доходность акции, ценность акции, коэффициент котировки акции.

Д.А. Панков рекомендовал исследовать структуру и динамику финансового состояния предприятия при помощи сравнительного аналитического баланса. Сравнительный аналитический баланс получается из исходного баланса путем дополнения его показателями структуры, динамики и структурной динамики вложений и источников средств предприятия за отчетный период [4, с.88 - 93].

Функционирование предприятия нацелено на получение финансовых результатов, которые характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Основными источниками информации при анализе финансовых результатов прибыли служат накладные на отгрузку продукции, данные аналитического бухгалтерского учета по счетам финансовых результатов, финансовой отчетности ф. 2 «Отчет о финансовых результатах», а также соответствующие таблицы бизнес - плана предприятия.

Следовательно, основными источниками информационного обеспечения при анализе финансового состояния предприятия служат практически все формы бухгалтерской отчетности - отчетный бухгалтерский баланс, отчеты о прибылях и убытках, о движении капитала, о движении денежных средств, приложение к балансу и другие формы отчетности, данные первичного и аналитического бухгалтерского учета, которые расширявают и детализируют отдельные статьи баланса.

Приложение:

1. Пригожин А. Организационная диагностика [Текст] // Маркетинг. – 2010. - № 4. – С. 18 - 22.
2. Шеремет А. Д., Сайфуллин Р. С. Финансы предприятий [Текст]. – М.: ИНФРА - М, 2013.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]. – Минск: ООО «Новое знание», 2012.
4. Панков Д. А. Анализ финансового состояния предприятия [Текст]. – Мн.: Профи, 2014.
5. Белозерская А.В. Роль транснациональных корпораций в процессе глобализации мировой экономики // Экономика устойчивого развития. 2017. № 1 (29). С. 13 - 20.

© А.В. Белозерская, А.О. Рудь

УДК 336.763

А.А. Беляева

студент 2 курса магистратуры факультета информационных технологий и управления, Южно - Российский государственный политехнический университет (НПИ) им. М.И. Платова
г. Новочеркасск, Российская Федерация

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА МНОЖИТЕЛЕЙ ЛАГРАНЖА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ

При возможности коротких продаж решение задачи Марковица можно осуществить с помощью метода множителей Лагранжа. Данный алгоритм представлен на рисунке 1.



Рисунок 1. Алгоритм вычисления удельных весов

Для формирования функции минимизации дисперсии портфеля, необходимо в первую очередь определить стандартное отклонение доходности (σ) для каждого актива:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (r_i - \bar{r})^2}{n}},$$

где r_i — доходность i -го актива;

\bar{r} — средняя доходность актива;

$i=1, n$ — количество наблюдений.

Вторым шагом является вычисление ковариации (cov_{ab}) между каждым активом, входящими в портфель:

$$cov_{ab} = \frac{\sum_{i=1}^n (r_{a_i} - \bar{r}_a)(r_{b_i} - \bar{r}_b)}{n},$$

где r_{a_i} — доходность бумаги a за i -ый период;

r_{b_i} — доходность бумаги b за i -ый период;

\bar{r}_a — средняя доходность бумаги a ;

\bar{r}_b — средняя доходность бумаги b ;

$i=1, n$ — количество наблюдений.

Ограничениями в данной задаче являются:

1) Ожидаемая доходность портфеля:

$$\sum_{i=1}^n x_i \bar{r}_i = r_p,$$

где x_i — удельный вес i -го актива в портфеле;

\bar{r}_i — средняя ожидаемая доходность i -го актива;

r_p — ожидаемая доходность;

$i=1, n$ — количество активов.

2) Сумма удельных весов в портфеле:

$$\sum_{i=1}^n x_i = 1,$$

где x_i — удельный вес i -го актива в портфеле;

$i=1, n$ — количество активов.

Для данной задачи функция Лагранжа имеет вид:

$$L = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_i x_j cov_{ij} + \lambda_1 (\sum_{i=1}^n x_i \bar{r}_i - r_p) + \lambda_2 (\sum_{i=1}^n x_i - 1),$$

где x_i — удельный вес i -го актива в портфеле;

x_j — удельный вес j -го актива в портфеле;

cov_{ij} — ковариация i -го и j -го активов;

λ_1, λ_2 — множители Лагранжа;

\bar{r}_i — средняя доходность i -го актива;

r_p — ожидаемая доходность портфеля;

$i=1, n, j=1, n$, — количество активов.

Для формирования системы уравнений необходимо найти частные производные функции [1]:

$$\begin{cases} \frac{\partial L}{\partial x_1} = 0 \\ \vdots \\ \frac{\partial L}{\partial x_n} = 0 \\ \frac{\partial L}{\partial \lambda_1} = 0 \\ \frac{\partial L}{\partial \lambda_2} = 0 \end{cases}$$

Решением данной системы являются удельные веса активов в портфеле.

Список использованной литературы:

1. Буренин А.Н. Управление портфелем ценных бумаг / А.Н.Буренин. — Москва: Научно - техническое общество имени академика С.И. Вавилова, 2008. — С.161 - 163.

© Беляева А.А., 2017

УДК33

Биджиев А. С.

Финансовый университет при Правительстве РФ

ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

АННОТАЦИЯ

Дана характеристика понятия оценка бизнеса и стоимость, рассмотрены основные методы оценки стоимости бизнеса, методика оценки стоимости компаний нефтегазового

сектора, регулирование деятельности по оценке участков недр, а также проблемы оценки компаний нефтегазового сектора и пути их решения.

Ключевые слова: оценка, стоимость, бизнес, методы оценки, нефтегазовый сектор, оценка участков недр, оценка стоимости запасов.

К объектам оценки относятся объекты гражданских прав, в отношении которых законодательство Российской Федерации устанавливает возможность их участия в гражданском обороте [13].

Цена - это денежная сумма, запрашиваемая, предлагаемая или уплачиваемая участниками в результате совершенной или предполагаемой сделки. [13]

В оценке могут быть заинтересованы как партнеры так и ее акционеры или собственники компании. Зачастую, оценка стоимости организации проводится с целью её продажи, поэтому оценку может потребовать потенциальный покупатель.

Проблема оценки стоимости компании на современном этапе развития коснулась многих отечественных компаний. Практически все крупные и средние добывающие компании вышли на рынок ценных бумаг на зарубежных и отечественных площадках. Стоимость отечественных нефтегазовых компаний исчисляется десятками миллиардов долларов [7, с. 515].

Рыночная стоимость акционерного капитала (капитализация) ведущих нефтяных компаний мира высока и составляет от нескольких десятков до нескольких сотен миллиардов долларов США. Высокую капитализацию в современной экономике имеют сейчас китайские компании («Petro China», «Sinorpec»). Рост капитализации демонстрируют и российские нефтегазовые компании, что объясняется и ростом цен на мировых рынках, и ликвидацией разрыва недооцененности компаний в прежние годы из-за снижения рисков ведения бизнеса и перехода на современные методики оценки запасов [10].

Рыночную стоимость нефтегазовых компаний можно оценить исходя из основных производственных показателей: объемов запасов, добычи, транспортировки, переработки и сбыта. Для нефтегазовых компаний важнейшим и специфическим фактором является их минерально - сырьевая база, запасы нефти и газа.

Для крупнейших западных нефтегазовых компаний отношение капитализации к запасам углеводородов составляет несколько десятков долларов США на 1 т условного углеводородного сырья [4, с. 511]. Российские вертикально - интегрированные нефтяные компании ориентированы на добычу и продажу сырья как наиболее прибыльный сегмент этого бизнеса. В долгосрочной перспективе ориентация исключительно на добычу снижает устойчивость работы компаний и повышает коммерческие риски.

Достоверность в расчетах по запасам газа и нефти зависит от того, насколько сложное определенное геологическое строение в месторождении, а также детальность разведки. Для структурирования ресурсов по запасам и энергетическому сырью в мире используется свыше 150 классификаций. Европейская экономическая комиссия разработала Международную рамочную классификацию ООН для ресурсов и запасов месторождений для горючих твердых полезных ископаемых углеводородного сырья и урана. Она основывается на трех классификационных признаках [12]:

- изученность с геологической точки зрения;
- экономическая эффективность;
- стадия технико - экономического проекта по освоению ресурсов.

В России категории запасов и требования к ним со временем менялись, но основным принципом классификации оставалась геологическая изученность. Связано это с тем, что при получении компанией лицензии на разработку участка важно качество проведенной разведки, которое определяет расположение скважин и их количество, позволяет быстрее приступить к бурению, а затем и к добыче. Результаты геологоразведки дают отложенный эффект. Для снижения поисковых затрат нужны более быстрые и дешевые геологические и геофизические методы. К началу XXI в. важность качественной геологоразведки сохраняется, возрос спрос на трехмерную сейсморазведку, что привело к необходимости сокращения времени проведения работ сервисными компаниями. Сервисные компании имеют возможность периодически пересчитывать старые данные полевых измерений, используя новую компьютерную технику. Имеющаяся информация о полевых измерениях позволяет лучше оконтурить залежи и скорректировать планы добычи.

В России запасы горючих газов и нефти традиционно разделено по степени изученности с геологической точки зрения на категории А, В, С1 и С2. К категории А относятся разведанные, изученные и полностью готовые к добыче полезных ископаемых, в категории В относятся обоснованные с геологической точки зрения, не полностью разведанные и оконтуренные горными выработками запасы. Запасы категорий С1 и С2 менее изучены и нуждаются в уточнении.

По степени обоснованности (возможности обнаружения) различают ресурсы категорий D1, D2 и D3: ресурсы возможно продуктивных пластов в выявленных и уже подготовленных к бурению ловушках (D1); ресурсы литолого - стратиграфических комплексов и горизонтов с доказанной промышленной нефтегазоносностью в пределах крупных региональных структур (D2); ресурсы нефти и газа литолого - стратиграфических комплексов в пределах крупных региональных структур с еще не доказанной нефтегазоносностью (D3) [8, с. 205].

В России к формированию классификации запасов при учете экономических критериев начали только с 2005 г., а официально приняли лишь в 2012 году. Данная классификация вводит экономические параметры: категорию запасов, фазовое состояние месторождений нефти и горючих газов, объем извлекаемых запасов и сложность строения с геологической точки зрения. В новой классификации были изменены требования к выделению категорий запасов и ресурсов по степени геологической изученности, данные требования были приближены к международной классификации ООН и классификациям SPE / WPC / AAPG, которые используются в западных нефтяных компаниях. При учете и подсчете газовых и нефтяных запасов по степени экономической эффективности выделяются две основные группы запасов: промышленно значимые и те которые не относятся к промышленности.

Целью оценки запасов сырья компании является определение их стоимости для последующего расчета стоимости компании. Для нефтегазовой компании важна обеспеченность разведанными запасами, так как это является одним из основных показателей инвестиционной привлекательности. Оценка запасов нефти и газа (количественная, стоимостная, качественная) рассматривается также с технической, технологической и исторической точек зрения [11].

Количественная оценка запасов нефти и газа (в единицах физического объема) зависит от прироста или истощения запасов. При качественной оценке запасов нефти и газа учитывается сложность добычи нефти и газа и их состав (например, содержание серы, парафина и других примесей в сырой нефти). В качественной структуре запасов нефтяных компаний выделяются активные и трудноизвлекаемые запасы (ТИЗ). К ТИЗ относят запасы высоковязкой нефти, низкопроницаемых пластов и сложно - построенных маломощных

разрезов, запасы подгазовых зон и остаточные запасы нефти в обводненных зонах. Активное вовлечение в разработку ТИЗ требует применения новых эффективных технологий и технических средств. В процессе их широкомасштабного использования запасы из категории трудноизвлекаемых переходят в категорию активных [11].

Опираясь на информацию о качестве и количестве запасов, степени обеспеченности запасами, проводится прогнозирование их применения и воспроизводства, разрабатывается технико - экономическое обоснование по формированию плана дальнейшего развития и размещения производства, дается стоимостная оценка запасов для роста капитализации компании и т.п.

Стоимостная оценка запасов нефти и газа представляет собой оценку эффективности его добычи при определенных технико - экономических условиях, с применением техники и технологий, обеспечивающих рациональное использование недр и сохранность окружающей среды. На основе стоимостной оценки нефти и газа классифицируются их запасы с целью постановки на учет в государственном балансе, рассматриваются процессы по использованию и воспроизводству ресурсов. В настоящее время стоимость разведанных и предварительно оцененных мировых запасов полезных ископаемых оценивается в 30 трлн. долларов США, из которых около 75 % относится к нефти, газу и уголю [11].

Стоимостная оценка участков недр - один из видов оценочной деятельности. Регулирование деятельности по оценке участков недр осуществляется профессиональными организациями оценщиков. В их числе Американский институт оценщиков минерального сырья (АИМА) [14], Канадский институт сертифицированных оценщиков бизнеса (СICBV) [15], Южноафриканский институт горного дела и металлургии (SaIMM) [16] и тд. Унификацию национальных и разработку международного стандарта в области оценки недр проводит рабочая группа по добывающей промышленности Международного комитета по стандартам оценки (IVSC) [17].

Для того чтобы оценить месторождения в России применяются специальные отраслевые методики. В соответствии с методическими рекомендациями решаются вопросы по применению цен по реализации углеводородного сырья, формирования затрат на геолого - разведочные работы, бурение, обустройство и эксплуатацию объекта.

Ожидаемую стоимость запасов (ресурсов) рекомендуется рассчитывать по формуле [11]:

$$S = DP - Kp(1 - P),$$

где D - чистый дисконтированный доход после налогообложения; P - вероятность успеха геолого - разведочных работ; Kp - рисковый капитал.

Рисковый капитал - это совокупность платежей за пользование недрами и планируемых затрат на проведение геологоразведочных работ и подготовку к промышленному освоению. Насколько будет вероятен успех, в геологоразведочных работах, определяется как вероятность открытия запасов углеводородов на оцениваемом объекте по статистическим данным для рассматриваемого региона или экспертно [2, с. 11].

Основной проблемой в оценке нефтяных предприятий России сегодня является то, что, хоть в России и есть высококвалифицированные специалисты, большинство иностранных компаний и финансовых институтов в качестве неперенного условия требуют подтвержденные результаты по оценке недр консультантами, которые зарекомендовали себя на данном рынке.

Западные специалисты отказываются подтверждать запасы, подсчитанные по российской методике, так как западный стандарт предназначен не только для определенного круга специалистов данной области, но и для инвестора, который должен оценить величину ресурсов и запасов как объект вложений [5, с. 7].

В конце XX в. инвестиции пошли в страны с крупными сырьевыми запасами природных ресурсов и развитым технологическим производством. Этот факт не может быть проигнорирован отечественным бизнесом. Таким образом, необходима интеграция с международными стандартами оценки рыночной стоимости российских компаний нефтегазового сектора экономики.

На основе оценки оптимизируются технико - технологические схемы освоения месторождений, внедряются новые методы добычи и переработки нефти. Расчеты способствуют обоснованию производительности месторождения, предельных дебитов, оптимизации сети скважин, целесообразности вторичных методов добычи.

Необходимо подчеркнуть, что оценки стоимости нефтяных активов инвесторами могут различаться при учете разных технологических и финансовых факторов.

Большое значение при определении цены нефтегазовой компании имеет её прибыльность и конкурентоспособность на рынке. Соответственно при построении стратегии управления, именно на эти факторы компании нефтегазового сектора должны обращать внимание в первую очередь.

Совершенствованию и укреплению позиций на нефтяном рынке России способствует разработка следующих мероприятий:

1. Проведения PR - кампаний для предприятий нефтегазового сектора в целях совершенствования конкурентоспособности.

2. Создания качественных интернет - сайтов с высоким уровнем информативности и информационной открытости о положении предприятия нефтегазового сектора и различных вопросов, которые могут интересовать инвесторов.

3. Проведение мероприятий по увеличению прибыли предприятий для покрытия проблем связанных с экологическим загрязнением и покрытия необходимых маркетинговых мероприятий.

4. Также необходимо обновление оборудования и прочих инструментов и средств, требуемых для производства и организации профессиональной деятельности предприятий нефтегазового сектора.

Проблемы, которые помогут решить данные мероприятия:

1. Возможное снижение показателей конкурентоспособности.

2. Модернизация и ремонт необходимого оборудования.

3. Решение проблем, связанных с экологическим загрязнением.

4. Недостаток отечественных и иностранных инвестиций.

5. Недостаток средств на проведение необходимых маркетинговых мероприятий и на повышение информативности о деятельности компаний нефтегазового сектора.

Список использованной литературы

1. Барташевич Н.И. Методические подходы к оценке стоимости организаций // Инновационное развитие экономики. 2014. № 1 (18). С. 22 - 25.

2. Карцев П.В., Аканов А.А. Обзор практики применения доходного подхода к оценке бизнеса // Вопросы оценки. 2012. № 2. С. 2 - 19.

3. Козырь Ю.В. Идентификация объектов оценки в процедурах оценки бизнеса // Вопросы оценки. 2015. № 3. С. 24 - 32.

4. Косорукова И.В., Секачев С.А., Шуклина М.А. Оценка стоимости ценных бумаг и бизнеса. Издательство «Московская финансово - промышленная академия», 2013. - 672 с.

5. Локтионова Е.А. Особенности применения методов оценки рыночной стоимости акций по отношению к различным группам акций // Известия Иркутской

государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2013. № 1. С. 7.

6. Масленкова О.Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Издательство «КноРус», 2014. - 288 с.

7. Рахматуллина А.Р., Серёмина Р.Н. Факторы, оказывающие влияние на оценку стоимости бизнеса // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2016. № 1 - 1. С. 515 - 516.

8. Скотт Марк К. Факторы стоимости. — М.: Олимп - бизнес, 2000. – 432 с.

9. Интернет - ресурс: Е - смета.ру // <http://www.e-smeta.ru/index/246-deflatory-pokazateli-inflyacii.html>

10. Интернет - ресурс: Оценка бизнеса. Стоимость готового бизнеса. Режим доступа: <http://dpo-group.ru/business/report4.asp>

11. Интернет - ресурс: Оценщик // <http://www.ocenchik.ru/docs/8#part3>

12. Интернет - ресурс: Международная рамочная классификация ООН // http://www.unesco.org/fileadmin/DAM/energy/se/pdfs/UNFC/unfc2009/UNFC2009_ES39_r.pdf

13. Интернет - ресурс: Об утверждении федерального стандарта оценки "Общие понятия оценки, подходы к оценке и требования к проведению оценки (ФСО N 1)" от 20 мая 2015 года // <http://www.ocenchik.ru/docsf/2229.html>

14. Интернет - ресурс: Американский институт оценщиков минерального сырья (АИМА) // <https://www.aima.org/>

15. Интернет - ресурс: Канадский институт сертифицированных оценщиков бизнеса (CICBV) // <https://cicbv.ca/>

16. Интернет - ресурс: Южноафриканский институт горного дела и металлургии (SaIMM) // <http://www.saimm.co.za/>

17. Интернет - ресурс: Международный комитет по стандартам оценки (IVSC) // <https://www.ivsc.org/>

© Биджиев А. С.

УДК 330.3

В.Д. Болотова

Студент 3 курса каф. «Экономика и менеджмент»,
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ
в г. Шахты, РФ

Д.Д. Миронова

канд.экон.наук, доцент каф. «Экономика и менеджмент»
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ
в г. Шахты, РФ

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ИТ – ОТРАСЛИ РФ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается проблема импортозамещения в сфере информационных технологий. Проведен сравнительный анализ основных направлений деятельности в области программного обеспечения российских и зарубежных компаний.

Выявлены проблемы и перспективы развития отечественных информационных технологий на мировом рынке.

Ключевые слова: информационные технологии, программное обеспечение, ИТ – отрасль, импортозамещение информационных технологий.

Последние несколько лет российская экономика претерпевает нестабильные времена в связи с вводом санкций со стороны Запада. Встал вопрос о необходимости ослабления степени зависимости от импортной продукции. Правительство РФ уделяет пристальное внимание реализации политики импортозамещения, главными целями которой является максимальная поддержка отечественного производителя и вывод на мировой рынок конкурентоспособной отечественной продукции[3, с. 386]. На сегодняшний момент Программа Правительства РФ охватывает все отрасли экономики, в том числе и самую высокотехнологическую отрасль – отрасль информационных технологий, проблемы и перспективы развития которой будут рассмотрены в данном научном исследовании.

В настоящее время информационные технологии являются «скелетом» жизни общества, объединяющим все сферы человеческой жизнедеятельности. Эффективное функционирование различных государственных программ и стратегий невозможно без мощных ИТ. Поэтому осуществлять политику импортозамещения в данной отрасли нужно наиболее корректно с целью сохранения достаточного уровня информационной безопасности[1, с.72].

Основными государственными органами, регулирующими процесс импортозамещения в российской ИТ - отрасли, являются Минпромторг России и Минкомсвязи России.

В настоящее время о развитии ИТ - отрасли упоминается в следующих документах:

– Прогноз долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г.;

– Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. (утверждена распоряжением Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227 - р);

В частности проблемы и перспективы развития ИТ - отрасли описываются в документах:

– Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)» (утверждена распоряжением Правительства РФ от 15.04.2014 № 313)

– Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 г. (утверждена распоряжением Правительства РФ от 01.11.2013 № 2036 - р);

Основными целями, достижение которых запланировано в вышеперечисленных стратегических документах, являются:

– развитие сферы информационных технологий до полноценной отрасли российской экономики;

– разработка более высокотехнологичной и конкурентоспособной продукции;

– обеспечение различных сфер экономики качественными информационными технологиями с целью повышения производительности труда;

– обеспечение высокого уровня информационной безопасности государства и граждан[4].

На сегодняшний момент органы государственной власти пытаются ограничить объем поставок импорта, но данный процесс сложно осуществлять, т.к. российская ИТ – отрасль на

85 - 90 % зависит от импорта, и ослабить эту зависимость будет очень сложно и потребуются много времени.

В изучении проблемы импортозамещения в сфере IT - отрасли следует проанализировать основные направления деятельности крупнейших российских и зарубежных компаний – производителей программного обеспечения (далее – ПО).

Таблица 1 – Классификация российских и зарубежных компаний - производителей системного ПО

СИСТЕМНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ							
Российские компании - производители ПО				Зарубежные компании - производители ПО			
Название компании	Характеристика деятельности	Доля на мировом рынке	Доля на российском рынке, в %	Название компании	Характеристика деятельности	Доля на мировом рынке	Доля на российском рынке, в %
IC	Российская компания, специализирующаяся на дистрибуции, поддержке и разработке компьютерных программ и баз данных делового и домашнего назначения.	0,1 %	9 %	International business machine [IBM]	International Business Machine или IBM – американская корпорация, являющаяся одной крупнейших компаний - производителей ПО в мире. IBM является одной из лучших компаний, успешно развивается и вносит огромный инновационный вклад в мир бизнеса. Именно IBM являются создателями первого американского компьютера «Mark I», также к их	23,2 %	10,1 %

					продуктам относится: первый коммерческий жёсткий диск, первая система бронирования авиабилетов, дискета, язык SQL.		
ABBYY Software House	Российская компания, являющаяся одним из ведущих мировых производителей ПО в области лингвистики, семантики, обработки текстов и систем оптического распознавания символов. Наиболее известные программные продукты ABBYY - система распознавания документов ABBYY FineReader и семейство электронных словарей ABBYY Lingvo.	2 %	16,7 %	Microsoft	Американская многонациональная корпорация. Microsoft является самой популярной компанией в мире, т.к. ее знаменитым продуктом является операционная система Windows.	8,7 %	19 %
Лаборатория Касперского	Международная компания, специализирующаяся на	3,2 %	28,1 %	SAP AG	Немецкая глобальная корпорация ПО, предоставляю	33,8 %	10,4 %

	разработке систем защиты от компьютерных вирусов, хакерских атак и прочих киберугроз. Также компания ведёт свою деятельность более чем в 200 странах мира.				шая программное обеспечение для организаций и предприятий по всему миру. Компания занимается разработкой автоматизированных систем управления такими внутренними процессами предприятия, как бухгалтерский учёт, торговля, финансы, управление персоналом и т. д. Самый известный продукт компании — ERP - система SAP R / 3, ориентированная на крупные и средние предприятия.		
ДиалогНаука	Одна из ведущих российских компаний, специализирующихся в области информационной безопасности.	–	7,5 %	Symantec	Крупнейший производитель ПО для обеспечения безопасности компьютеров. Антивирусные программы Symantec пользуются большой популярностью в мире.	9,6 %	1,3 %
Арсеналь	Специализация компании	–	3,6 %	CA Technolo	Компания, специализиру	7,2 %	1,3 %

	— производство и продажа ПО для дома и офиса. Компания “Арсеналь” — единственная российская компания на рынке, которая предлагает линейку программных продуктов собственного производства для автоматизации офиса в операционной среде Windows.			gies	ющаяся на производстве антивирусного ПО, также на производстве универсальных компьютеров.		
Σ:		5,3 %	64,9 %	Σ:		82,5 %	42,1 %

Таблица 2 – Классификация российских и зарубежных компаний - производителей прикладного ПО

ПРИКЛАДНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ							
Российские компании - производители ПО				Зарубежные компании - производители ПО			
Название компании	Характеристика деятельности	Доля на мировом рынке	Доля на российском рынке, в %	Название компании	Характеристика деятельности	Доля на мировом рынке	Доля на российском рынке, в %
КонсультантПлюс	Информационная система, включающая документы	–	14,7 %	Tata consultancy services	Индийская транснациональная компания, предоставляющая услуги в	7,2 %	1,3 %

	федерально го и региональн ого законодате льства, комментар ии к законодате льству, финансовы е консультац ии и т.д. Система Консультан т Плюс содержит более 21 миллиона документов по законодате льству России.				области информацион ных технологий, IT - консалтинга и IT - решений для бизнеса. Также TCS является одной из крупнейших аутсорсингов ых компаний в мире.		
				Ninten do	Японская компания, специализиру ющаяся на разработке видеоигр.В настоящее время является одним из крупнейших производител ей игрового ПО в мире.	2,1 %	8,3 %
Кирилл и Мефодий	Российская компания, являющаяся производит елем мультимед ийной образовате льной продукции: энциклопед ий, учебных пособий,	–	17,9 %	Adobe system s	Американска я компания - производител ь ПО, имеющая немалый портфель программных продуктов, таких как «Adobe Flash Player», «Adobe Photoshop Lightroom»,	5,7 %	22,3 %

	образовательных программ и программ по культуре и искусству.				«Adobe Reader» и т.д.		
		Е.А	Международная организация, разрабатывающая ПО для видеоигр.	1,3 %	10,7 %		
Σ:		–	32,6 %	Σ:		16,3 %	42,6 %

Таблица 3 – Классификация российских и зарубежных компаний - производителей инструментального ПО

ИНСТРУМЕНТАЛЬНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ							
Российские компании - производители ПО				Российские компании - производители ПО			
Название компании	Характеристика деятельности	Доля на мировом рынке	Доля на российском рынке, в %	Название компании	Характеристика деятельности	Доля на мировом рынке	Доля на российском рынке, в %
Luxoft	Компания - разработчик ПО, предлагающая следующие услуги: проектирование и разработка заказного ПО, повышение эффективности и совершенствование процессов разработки ПО, консалтинг в области ИТ - инфраструктуры и информационн	1,3 %	20,7 %	Oracle	Американская многонациональная корпорация компьютерных технологий, специализирующаяся на разработке корпоративного ПО. Одним из известных продуктов корпорации является ПО «OpenOffice». Корпорация обслуживает клиентов по всему миру.	18,4 %	27 %

	ой безопасности и т.д.						
Топ Системы	Компания, предлагающая программные решения для автоматизации проектирования, подготовки производства, и управленческой деятельности на предприятии. Компания обеспечивает полный набор консалтинговых услуг по автоматизации промышленных предприятий - от первоначального анализа процессов и обучения сотрудников до комплексного внедрения в масштабах предприятия.	—	13,1 %				
АСКО Н	Российский разработчик инженерного программного обеспечения и интегратор в сфере автоматизации проектной и производственной деятельности.	—	9 %				

	Решения компании включают системы автоматизированного проектирования, управления инженерными данными и управления производством.						
Σ:		1,3 %	42,8 %	Σ:		18,4 %	27 %

Проанализировав направления деятельности и специализацию отечественных и зарубежных компаний–производителей ПО, можно сделать вывод, что РФ на мировой арене не показывает значительных успехов в сфере ИТ – технологий. Это связано с тем, что Россия была страной, которая практически не использовала ИТ – технологии, но информационный век подтолкнул страну к развитию в данной отрасли. Однако отголоски прошлого остались: на некоторых отечественных предприятиях до сих пор используют факс для передачи сообщений[2, с.56]. Основная часть отечественных крупнейших компаний - производителей ПО функционируют на внутреннем рынке, однако есть компании, ведущие свою деятельность как на внутреннем, так и на внешнем рынке – это компании «Лаборатория Касперского», «АВВУ Software House», «Luxoft».

Следует отметить тот факт, что затормаживает развитие российской ИТ – отрасли следующее: низкое качество управления информационными ресурсами, отсутствие контроля органов государственной власти над деятельностью компаний - производителей ПО, нецелевое использование денежных средств, направленных на реализацию проектов в сфере ИТ и т.д. Поэтому необходимо, чтобы органы государственной власти осуществляли контроль над деятельностью компаний - производителей ПО, планомерно отслеживали результативность деятельности компаний.

Таким образом, можно прийти к выводу, что у российской ИТ – отрасли есть все шансы выйти на мировой рынок с качественной и конкурентоспособной продукцией, но данный процесс займет большое количество времени и усилий. Также следует учитывать тот факт, что в то время как российские производители переведут все свои мощности на производство отечественной продукции взамен импортной, зарубежные производители будут разрабатывать все более новую востребованную на мировом рынке продукцию и модернизировать уже существующую продукцию. Поэтому следует не допустить догоняющего развития ИТ - отрасли и стремиться перейти на инновационный путь развития.

Список используемой литературы:

1. Миронова Д.Д., Лопаткина Е.А., Крутова М.А. Обострение проблемы экономической безопасности России в условиях геополитического кризиса и санкционного давления западных стран. Инновационные технологии нового тысячелетия: сб. ст.

Междунар. науч. - практ. конф. (г. Киров, 5 мая 2016 г.) : в 3 ч. – Уфа: Аэтерна, 2016. – Ч. 1. – С. 71 - 74

2. Щербина, Т.А. Политика импортозамещения: финансово - экономические и управленческие аспекты // Экономика. Налоги. Право. 2016. № 1. С. 52 - 58.

3. Черкесова Э.Ю. Роль антикризисного управления в современных условиях экономики России / Э.Ю. Черкесова, Г.П. Довлатян, В.С. Морозова, А.В. Абгарян // Перспективы развития Восточного Донбасса: Материалы VI - й Международной и 64 - й Всероссийской науч. - практ. конф. / Министерство образования и науки Рос - сийской Федерации, Южно - Российский государственный политехнический университет (НПИ) им. М.И. Платова, Шахтинский институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова. – 2015. – С. 383–388.

4. Импортозамещение в России [Электронный ресурс] URL: <http://newsruss.ru/doc/index.php/> (дата обращения 27.03.2017)

© В.Д. Болотова, Д.Д. Миронова, 2017

УДК33

Боровкова, А. С.

магистрант

Факультет экономики и управления УрГУПС

г. Екатеринбург, Россия

Borovkova, A. S.

Graduate student

Faculty of Economics and Management USURT

Yekaterinburg, Russia

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИДЕРСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

ECONOMIC EFFICIENCY OF FORMATION OF SYSTEM OF MANAGEMENT LEADERSHIP IN THE ENTERPRISE

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается проблема становления и формирования лидерства в мировой практике. Акцентируется внимание на важности развития лидерского потенциала на каждом уровне организационной структуры. Определена взаимосвязь лидерства и организационной среды, поскольку без знания ценностей работников реализация лидерского ресурса затруднительна.

ANNOTATION

The article considers the problem of formation and formation of leadership in world practice. It focuses on the importance of developing leadership capacity at every level of the organizational structure. The relationship between leadership and the organizational environment is defined, since

without the knowledge of the values of workers, the realization of the leadership resource is difficult.

Ключевые слова: лидерство, система управления лидерством, команда, организационная культура, ценности, экономическая и социальная эффективность системы управления лидерством на предприятии.

Keywords: leadership, leadership management system, team, organizational culture, values, economic and social effectiveness of the leadership management system in the enterprise.

Существующие подходы к пониманию лидерства на сегодняшний день сводятся к определению «лидер», «лидер - руководитель», выделению стилей управления, связующих элементов, сравнением лидерских и менеджерских качеств. На данный момент для таких быстрых изменений, которые происходят на рынке этого недостаточно. Развитие же современной организации создает необходимость формировать лидеров нового поколения: таких, которые бы могли не только организовать работу подразделения, но способствовать реализации потребностей работников. Причем, именно потребности работников приобретают все большую значимость. Современные руководители не могут подходить к управлению чрезмерно авторитарно, давать не четкие указания или абстрактно описывать проблему подразделения или организации и решать ее. Как отмечают современные исследователи, работников в большей степени, чем раньше, интересует саморазвитие, реализация трудового потенциала, но, также и этичность, уважительное отношение к человеку - работнику [1]. В связи с чем формирование системы управления лидерством в организации является столь актуальным.

Под системой управления лидерством необходимо понимать ряд целенаправленных логических действий, при которых организация сможет не только выявлять лидеров, развивать ключевые навыки, но и интегрировать имеющиеся усилия для достижения стратегических целей.

Современный менеджер демонстрирует сегодня стиль поведения, при котором нам свойственно думать, что компании целостны и статичны. Но на самом деле они состоят из множества групп со своими собственными культурами и субкультурами, которые могут строить свое поведение, исходя из высоких принципов, а могут и не делать этого. На повседневном уровне восприятие любой компании может меняться от человека к человеку, от одной рабочей группы к другой. [2] Поэтому главной задачей менеджера должна стоять создать организационную среду, определяемая культурой фирмы и учитывающая при этом потребности работников. К сожалению, менеджеры не обладают подобными качествами, но их можно и нужно воспитывать.

Имеющиеся методы обучения лидеров ограничиваются лишь проведением тренингов с вдохновляющей речью или же вовсе приведением реальных примеров из жизни иных компаний. Обратная связь заключается в краткосрочном эффекте и душевный подъем слушателей не ведет к изменениям. Одним словом, существует огромный разрыв между потребностями в развитии лидеров и реальными условиями бизнеса.

Еще одной из первых в западной теории М. Фоллет указала на отсутствие четкой разграничительной линии между исполнением и планированием: «различие между теми, кто управляет, и теми, кем управляют, является в какой - то мере смутным». Таким образом, появляется мнение о том, что необходимо привлекать всех к управлению, начиная

с рабочих и до высшего руководства, тем самым развивать чувство ответственности, атмосферу «общих интересов» и т. д.

Главной целью формирования лидерства в организации является: создание команды лидеров ориентированных на поддержание института лидерства. Еще Питр Сенге отмечал, что компании нуждаются в лидерах на всех уровнях иерархии, которые смогут не только эффективно взаимодействовать, но и направлять имеющуюся энергию трудового потенциала в мирное русло. Итак, он выделяет три типа лидеров: руководитель организации, менеджеры, которые проводят политику компании, а также активисты, среди линейного персонала, которые подкрепляют их положительным настроением в отсутствие менеджерского состава.

Стоит упомянуть и систему менеджмента качества, регламентирующая принцип лидерства как один из основополагающих (стандарты ISO). Деминг – эксперт в системе управления качеством, сказал: «Если нет лидерства, то система вовсе не обязательно погибнет. Но лидерство – это пусковой механизм работы системы качества. И без него система – скорее фикция, чем реальность» [3]. Здесь же поднимается и значимость методов мозговых штурмов или кружков качества. Так, воодушевив все уровни организационной структуры и доведя данный процесс до автоматизма, его можно непрерывно улучшать день за днем.

Все вышесказанное демонстрирует, что современный, российский менеджер не успевает адаптироваться к современным реалиям, не говоря уже о том, чтобы активно меняться, поэтому это еще раз указывает на необходимость разработки единого подхода в управлении лидерством

Таким образом, система управления лидерством на предприятии – это социальный институт, направленный на формирование команды, посредством которой происходит целенаправленное развитие человеческого потенциала и организации одновременно.

Система управления лидерством должна включать в себя следующие блоки.

1. Выявление лидеров посредством анализа личностных и профессиональных компетенций (важно увидеть разницу и не перепутать потенциал менеджера с лидером).

2. Формирование благоприятных условий для развития лидерских качеств: делегирование и децентрализация полномочий, отказ от авторитарного стиля управления и стимулирование свободы действий. Тем самым, это побудит персонал к чувству внутренней ответственности за себя и свои поступки.

3. Поскольку все внимание концентрируется на развитие ключевых сотрудников, необходимо сохранить конструктивное течение в организации, тем самым сформировав управление над формальными и неформальными коммуникационными потоками в организации. Иными словами, это позволит нам исключить деструктивных сотрудников, выделение субкультурных групп внутри отделов, поддержание баланса при внедрении инноваций, интеграция рабочих групп, а также обеспечение правильной политики менеджмента на всех этапах «стратегической пирамиды» и т.п.

4. Стимулирование развития лидерского потенциала, т.е. демонстрация механизма определенных ценностей в компании. Мощным катализатором в формировании системы управления лидерством, безусловно, будет являться и организационная культура, где эмоциональная компетентность высшего руководства подкрепит межличностные отношения и задаст направление в развитии данного института.

С точки зрения экономической целесообразности с помощью предложенного подхода возможно решить ряд вытекающих проблем.

Во - первых, это текучесть кадров, повсеместная болезнь, с которой сталкивается каждая компания. В российской практике бытует мнение, что незаменимых людей не существует, с чем нельзя не согласиться, но с другой стороны – уход высококвалифицированных кадров несет за собой ряд негативных всем известных последствий.

Во - вторых, решение коммуникационных потоков в крупных организациях, холдингах, особенно, когда речь идет о филиалах. Невозможно контролировать ситуацию, когда «голова» находится в другой местности. Весь процесс останавливается из - за длительного согласования или утверждения какого - либо управленческого решения, даже если компания оснащена современными технологиями.

В - третьих, финансовая стабильность компании. Статистикой доказано, что успех компании зависит на 15 % от знаний руководителя, а на 85 % - от умения работать с людьми, собирать их в команды [4].

Заключительный эффект, конечно же, связан с маркетингом – имидж компании, т.е. достижение лидирующих показателей на рынке, отчего косвенно повышается и рентабельность предприятия.

При формировании системы управления лидерством можно извлечь и положительный социальный эффект: повышение мотивации сотрудников, их взаимодействие, увеличение вклада каждого сотрудника в достижение стратегических целей организации, улучшению морально - психологического климата в коллективе, повышению удовлетворенности сотрудников.

Использованные источники:

1. Адизес И. Теория и практика менеджмента трансформируются перед лицом новых вызовов – и России нужно подтягиваться // Harvard Busines Review - Россия. 2017. Январь–февраль. С. 6–10.
2. Адлер Ю. П., Маслов Д. В., Назарова И. Г. [и др.]; под общ. ред. Ю. П. Адлера, Д. В. Маслова. — Астрахань — Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», - 2011. - 256 с.
3. Александрова Н.А. Удовлетворенность как фактор снижения кадровых рисков / Культура, личность, общество в современном мире: опыт эмпирического исследования. Екатеринбург: УрГУ. С. 206 - 209.
4. Гэлэгер Р. Душа организации / Ричард Гэлэгер, пер. с англ. - М.: Издательство Добрая книга. 2006. - 352 с.
5. Окунева Т. В. Организационная культура предприятия глазами современного рабочего / Т. В. Окунева. - С. 193 - 198
6. Сухова О.В. Парадоксы управления современности. Мотивация или манипуляция? // Дискуссия. – 2014. – № 2(43) – С. 55 - 58.
7. Сухова О.В. Инновационное управление трудом в строительной сфере // Управление инновационным развитием современных социально - экономических систем: Всероссийская науч. - практ. конференция / Центр прикладных научных исследований, 19 июня 2009 г. – М., 2009. – С. 229 - 234.

УДК 330.101.8

Будникова Т.С.,

старший преподаватель кафедры методики, педагогики
и психологии профессионального образования КГУ
г. Курск, Российская Федерация

Фичурова О.М.,

студентка 4 курса кафедры методики, педагогики
и психологии профессионального образования КГУ
г. Курск, Российская Федерация

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В СЕРВИСЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ И КРАСОТЫ

Индустрия моды и красоты очень быстро развивается, представляя собой сложную маркетинговую структуру, которая связывает ее с потребностями человека.

На сегодняшний день индустрия моды и красоты – это отрасль экономики, главным звеном которой является промышленное производство косметической продукции, оборудования для ателье и салонов красоты, а также их профессиональное использование в данной сфере.

Востребованность сферы индустрии моды и красоты объясняется тем, что желание людей быть ближе к идеалу не знает границ. Сегодняшние тенденции развития этой индустрии можно назвать эклектичными. Слияние стилей создает новые направления в моде и салонной индустрии. Специалисты данной сферы, обладая знаниями и навыками, соединяют их воедино, или используют по отдельности, всячески пытаясь создать новые, эффективные направления.

Организация обслуживания потребителей - это специфическая, не имеющая аналогов в других отраслях часть организации деятельности предприятия, играющая особую роль в повышении ее эффективности.[1]

Современных и рациональных клиентов достаточно сложно удивить только качественными услугами, так как потребители обращают особое внимание еще и на качество обслуживания. Поэтому золотые руки специалиста без навыков сервисного поведения теряют ценность для современного потребителя.

Одним из главных факторов роста успешного функционирования производства является совершенствование организации сферы обслуживания. Сервисное обслуживание является важным элементом товарной политики предприятия. Оно представляет собой услуги, которые предлагаются покупателям до и после приобретения того или иного товара. Цель сервиса — предложить клиентам имеющийся товар и оказать им помощь в получении наибольшей пользы от него.

Качество сервисной деятельности зависит от условий обслуживания; грамотного персонала, который может организовать деятельность и своевременное и комфортное обслуживание клиентов; анализа потребностей человека в индивидуальных услугах, диагностике и моделировании процесса обслуживания, материальных объектов и услуг; психологических факторов процесса обслуживания; моды, психологии воздействия рекламы.

Мировая практика разработала конкретные правила организации успешного функционирования предприятий сервиса:

- информация с описанием содержания услуги, оказываемой предприятием, должна быть доведена до клиента;
- гарантии предоставляемых услуг и их качества должны быть более обширными, чем ожидает потребитель;
- персонал данной сферы должен четко представлять, какое именно качество работы от него ожидают.[4]

Следовательно, должны быть выявлены стандарты обслуживания - правила работы персонала предприятия сферы сервиса индустрии моды и красоты. В них содержатся требования к целям предприятия, обеспечению отдельных видов сервисных работ и их технологии. Система этих стандартов формирует основу качественного обслуживания.

Для определения качества работы персонала необходим регулярный мониторинг. Минусы и ошибки выявляются на основе мониторинга качества работы, для них разрабатываются пути решения. Проверка качества работы позволяет выявлять проблемы и недостатки и стимулировать работников к более качественному выполнению обязанностей.

Эффективность деятельности сферы моды и красоты зависит от форм и методов обслуживания клиентов. При использовании методов сервисного обслуживания предприятие должно опираться на критерии качества услуги. Клиенты воспринимают качество, оценивая множество различных критериев. В основном потребители обращают внимание на 5 факторов: материальность, надёжность, отзывчивость, убежденность и сочувствие.[1] Поэтому прогрессивные методы обслуживания призваны приближать услугу к потребителю, сделать ее доступнее, сокращая тем самым время на ее получение и создавая максимальные удобства для него.

Для улучшения работы предприятия и повышения спроса на услуги необходимо совершенствовать сервисное обслуживание, например: разрабатывать рекламные мероприятия по продвижению продуктов и услуг; расширять объем услуг за счет освоения новых видов деятельности; закупать новое оборудование.[3]

Кроме того, на предприятии сервиса индустрии моды и красоты, должна быть разработана экономическая политика, регулирующая ценообразование, основанное на качестве сервисных услуг, их востребованности и соответствии тенденциям моды.

Возрастающее значение сервисного обслуживания клиентов в индустрии моды и красоты обусловлено такими устойчивыми объективными тенденциями, как растущая конкуренция и повышение требований к качеству услуг. Однако основная масса потребителей сервисных услуг внимательно рассматривает экономическую сторону вопроса. Поэтому обеспечение сервиса по «демократическим» является ключевым конкурентным преимуществом современной организации.

Оценивая позиции на рынке различных продуктов, потребители делают это с точки зрения своей пользы, выгоды. Поэтому любая организация в сфере индустрии моды и красоты должна искать дополнительные резервы предоставления пользы и благ своим потребителям, касается ли это более высокого качества услуг или предоставления их по более низким ценам.

Список использованной литературы.

1. Власова Н.М. Сервис и качество обслуживания / Н.М. Власова // Управление качеством. – 2012. - №1.
2. Грин М. Менеджмент салона красоты. Как создать и сделать успешным бизнес в салоне красоты / Мартин Грин. - М.: Рипол Классик, 2013. - 175 с.
3. Кузнецов М.И. Суперприбыльный салон красоты: как преуспеть в этом бизнесе / М. Кузнецов, Е. Иванова. - СПб.: Вершина, 2014. - 457 с.
4. Смирнова М. Ю. Повышение производительности труда на основе показателей эффективности деятельности / М. Ю. Смирнова // Рос. предпринимательство. – 2012. – № 10.

© Будникова Т.С., Фичурова О.М., 2017

УДК 339.977

А.Н. Варнавская

Студентка магистратуры

ФГАОУ ВО СКФУ,

Г. Ставрополь, Российская Федерация

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ

В ниже представленной статье осуществляется попытка раскрытия многогранности стратегического планирования на предприятии, а так же его роли, ожидаемых результатов и причин. Так же рассматривается последовательность шагов для построения правильной структуры данного планирования.

Крупные международные компании на сегодняшний день являются весомой движущей силой ведущих экономик мира и неотъемлемым спутником глобализационных процессов. Их значение трудно переоценить как для мирового хозяйства, так и для отдельно взятых стран. Однако их хозяйственная деятельность может иметь как положительные, так и отрицательные последствия[1]. Поэтому важно владеть актуальной информацией об их влияния на экономику нашего государства, чтобы выстраивать целесообразную политику в отношении поддержки или регулирования их деятельности.

Развитие международного бизнеса в условиях глобализации и формирования глобальной экономики обусловлено эволюцией интернационализации, трансформацией производительных сил, влияние изменения среды международного бизнеса и углубление

взаимосвязей между национальными экономиками на уровне производства, обмена, потребления и распределения факторов и результатов производства[2]. В целом же тенденции изменений среды функционирования международного бизнеса на разных уровнях и этапах интернационализации становятся причиной возникновения или трансформации форм международного предпринимательства. На современном глобальном уровне интернационализации развитие форм международного бизнеса как совокупности деловых операций осуществляемых компаниями обусловлен стремлением усилить интеграцию национальных экономик в глобальный производственный процесс[3].

У каждой компании есть своя миссия. Миссия — смысл существования компании с позиции удовлетворения потребностей клиентов, реализации конкурентных преимуществ, мотивации сотрудников фирмы. Компания AMD ее видит в следующем – “Создавать и внедрять инновационные прикладные технологии, позволяющие раздвинуть границы возможного”. В таблице 1 рассмотрены составляющие миссии компании AMD.

Таблица 1 - Составляющие миссии компании AMD

Фактор миссии	Описание фактора миссии	Обоснование пункта миссии
Описание продуктов и услуг	Разработка и производство процессоров, видеокарт и другой высокотехнологичной продукции	Данный рынок весьма специфичен и его продукты пользуется постоянным, устойчивым спросом
Характеристика рынка	Динамичный рынок с малым количеством конкурентов	В рынке, в котором имеется малое количество крупных конкурентов (помимо AMD только Intel и Nvidia) проще сосредоточиться на разработке продукции, а не на конкуренции
Технологии	Направленность предприятия на использование новейших технологий	Компания AMD всегда стремилась в силу своих возможностей выпускать передовую в отрасли продукцию
Области постановки целей	Основные цели компании касаются сферы продаж, рентабельности и разработки новых продуктов	Первоочередной целью любой компании является получение прибыли
Внутренняя концепция предприятия	К внутренней среде относят производство, маркетинг, финансы,	Компания AMD всегда стремится к оптимизации своей внутренней среды

	персонал и другие элементы её структур	
Внешняя концепция предприятия	Потребители	Для успешности любого продукта важным соотношением является соотношение продукта: цена – возможности. Компания AMD всегда стремилась сделать данное соотношение максимально выгодным
Философия предприятия	“AMD раздвигает границы возможного”	Стремление быть лидером в отрасли

За последние пятнадцать лет компания AMD прошла нелёгкий путь последовательных трансформаций, объединившись с ATI и выделив производственные мощности в самостоятельную компанию GlobalFoundries, которой удалось стать вторым по величине контрактным производителем полупроводниковых изделий[5].

Как мы видим, данный рынок весьма динамичен, и малейшая задержка в чем - то приводит к значительным финансовым потерям или банкротству. Компания AMD всегда стремилась следовать за тенденциями рынка, хоть у нее не всегда это получалось, но практически всегда она выступала наряду с компаниями Intel и Nvidia локомотивами отрасли. Специфика американского законодательства такова, что банкротство одного из членов этой тройки (Intel, Nvidia, AMD) не выгодно остальным участникам, так как может включиться антимонопольные разбирательства, но максимально ослабить конкурента стремятся каждая из компаний, тут дела у AMD традиционно не очень хорошо складываются - у Intel очень сильные позиции на процессорном рынке, а Nvidia очень сильна на графическом[4]. Поэтому только грамотнее управление, оптимизация затрат и выпуск новых продуктов с соизмеримыми с конкурентами потребительскими качествами и ценой позволят компании AMD работать далее, а нам простым потребителям получать более быстрый и прогрессивный продукт по более адекватной цене.

Стремление компании AMD к успеху находит свое отражение в ее финансовом плане за 2015 год, в нем компания обнародовала стратегию роста на несколько лет вперед. В основе стратегии — широкий спектр высокопроизводительных продуктов для ключевых игровых сфер, пользовательских платформ и центров обработки данных[7]. AMD также представила план выпуска продуктов, в который входит процессорное ядро Zen на архитектуре x86 для высокопроизводительных вычислений на клиентских ПК и серверах.

Компания AMD входит в список Fortune 500 15 - й год подряд рейтинг 500 крупнейших мировых компаний, критерием составления которого служит выручка компании. Список составляется и публикуется ежегодно журналом Fortune. Так же 2015 году AMD перевела торговлю своими акциями на фондовую биржу Nasdaq (одна из трёх основных фондовых бирж США).

AMD была включена в североамериканский индекс устойчивости Доу - Джонса (DJSI), что означает более чем десятилетнее присутствие компании в списке и свидетельствует об

активной деятельности AMD в области корпоративной ответственности, а также приверженности компании решению социальных, экономических и экологических проблем.

Все эти данные говорят о правильно выбранной корпоративной стратегии компании – про компанию знают как потребители, так и инвесторы, она на слуху, анонсируется и выпускается достаточное количество новинок и технологий[6]. Если компания AMD не будет останавливаться на достигнутом, ее может ждать вполне светлое будущее.

Также, компании AMD для получения прибыли необходимо активнее вкладывать ресурсы в рекламу, а в частности в интернет рекламу. Данное решение позволит при относительно незначительных затратах при оптимальных ее результатах получить достаточно значительную прибыль, и соответственно увеличить процентную долю рынка.

Список использованной литературы:

1. Парахина, В. Н. Стратегический менеджмент: учебник / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. – М. : КНОРУС, 2009. – 496 с.
2. Соловьёв, В.С. Стратегический менеджмент: учебник / В.С. Соловьёв. – Ростов - н / Д. Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2007. – 448 с.
3. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие. ИД «ИНФРА - М», 2007. – 235 с.
4. Гапоненко, А. Л. Стратегическое управление: учебник / А. Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.:Омега - Л, 2010. – 472 с.
5. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: учебное пособие для вузов / А. Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 415 с.
6. Парахина В.Н., Падалка О.В., Перов В.И. Методология формирования стратегии организации // Вестник Северо - Кавказского федерального университета. 2008. № 1 (14). С. 95 - 101.
7. Parahina V., Boris O., Bezrukova T., Shanin I. State support for creation and development of socially - oriented innovative enterprises // Asian Social Science. 2014. Т. 10. № 23. P. 215 - 222.

© А.Н. Варнавская, 2017

УДК – 34

Б.С. Витковский, студент 3 - го курса
Н.Н. Яромченко, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО Российский государственный университет
«Правосудия», Северо - Кавказский филиал,
г. Краснодар, Российская Федерация

МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТОИМОСТИ НЕДВИЖИМОСТИ

Во время перехода России к рыночной экономике стали быстро развиваться новые области в науке. Одной из таких областей является оценка стоимости недвижимости.

Оценочная деятельность это профессиональная деятельность субъектов оценочной деятельности, направленная на установление в отношении объектов оценки рыночной, кадастровой или иной стоимости.

Чтобы разобраться в термине «оценка стоимости недвижимости», нужно сначала иметь представление о том, что такое недвижимое имущество.

Итак, недвижимым вещам - (недвижимому имуществу, недвижимости) относятся земельные участки, участки недр и все, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершенного строительства. Также относятся подлежащие государственной регистрации воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты.²

Оценка стоимости недвижимости — процесс определения рыночной стоимости объекта или отдельных прав в отношении оцениваемого объекта недвижимости. Она включает: определение стоимости права собственности или иных прав, таких как право аренды, право пользования и т. д. в отношении различных объектов недвижимости.

К субъектами оценочной деятельности относятся физические лица, которые являются членами одной организаций оценщиков и застраховавшие свою ответственность или проще говоря - оценщики.

Оценщик осуществляет оценочную деятельность самостоятельно, когда занимается частной практикой или после составления трудового договора между оценщиком и юридическим лицом.

Оценка стоимости недвижимости может проводиться для нескольких целей. Например, при продаже, передаче недвижимости в залог, сдачи в аренду, в доверительное управление, дарения, наследования и многих других операций, совершаемых на рынке недвижимости

Выделяют следующие методы оценки недвижимости: сравнительный, затратный, доходный.

Сравнительный метод - это сравнительный анализ рыночных продаж, т.е. сопоставление аналогичным объектам, находящихся на рынке недвижимости. Метод основан по принципу замещения, т.е покупатель не заплатит больше, чем стоит такой же объект недвижимости на рынке.

Затратный метод означает, что оценка происходит исходя из точки зрения продавца, которому не выгодно продать объект недвижимости по цене ниже, чем было затрачено на его строительство. Этот метод применяют для более эффективного использования земли, а также при страховании.

Доходный метод предполагает оценку исходя из ожиданий покупателя. При этом стоимость объекта равно будущей стоимости доходов от его использования. Этот метод используется при оценке инвестиций и коммерческой недвижимости.

Рыночная стоимость объекта оценки, исходя из действующих правовых актов, это наиболее вероятная цена, по которой данный объект оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие - либо чрезвычайные обстоятельства. Во время проведения оценки оценщику необходимо использовать затратный, сравнительный и доходный подходы к оценке, причем определенный методы оценки оценщик определяет самостоятельно.

Итоговая величина стоимости объекта оценки это величина стоимости объекта, которая получена как итог обоснованного оценщиком результата, который связан с расчетом стоимости объекта оценки при использовании различных подходов и методов оценки.

В оценочной деятельности основным видом можно считать стоимость обмена, а главным подвидом рыночную стоимость, потому что исходя из этих данных определяется арендная, страховая, залоговая и другие подвиды стоимости, без которых невозможно проводить операции на рынке недвижимости.

Стоимость можно назвать расчетной, а не рыночной величиной, т.к. она является субъективной оценкой собственника, которая необходима для сравнения с аналогичными объектами, а также для других целей.

Рыночная стоимость определяется соотношением спроса и предложения. Спросом - это определенное количество недвижимого имущества данного вида, которое участники рынка готовы приобрести по определенной цене и в течение определенного времени. А предложение - это количество недвижимого имущества определенного вида, которое выставляется на продажу или сдается в аренду по заданной цене в течение определенного времени. Точка рыночного равновесия, в которой совпадают спрос и предложение, определяет рыночную стоимость недвижимости данного вида и равновесный объем. Все эти факторы (спрос, предложение и рыночная стоимость) подвергаются влиянию множества факторов.

Во время оценке рыночной стоимости необходимо понимать, что на стоимость влияет и период времени, в котором она рассматривается. В краткосрочном периоде на рыночную стоимость оказывает влияние спрос, потому что предложение не успевает приспособиться к изменениям спроса. В долгосрочном периоде влияет предложение.

Рыночная стоимость подвергается влиянию многочисленных факторов. Они либо погашают влияние друг друга, либо усиливают свое влияние на стоимость. Исходя из этого рыночные цены нестабильны. Вот поэтому оценка недвижимости, особенно специфической или уникальной, осложнена и требует применения различных методов, результаты которых необходимо согласовывать для получения результирующей оценки.

Определение рыночной стоимости объектов недвижимости является сложным и уникальным процессом, так как невозможно найти два абсолютно одинаковых объекта недвижимости. Даже когда здания возведены по одному проекту, но располагаются на разных земельных участках, их стоимость может значительно различаться.

Список используемой литературы:

1. Асаул А.Н. Экономика недвижимости: учебное пособие / А.Н. Асаул, А.В. Карасев. - М.: МИКХиС, 2013.
2. «Правила оценки физического износа жилых зданий» - М.: Госгражданстрой, 2012 г.
3. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51 - ФЗ, статья 130 «Недвижимые и движимые вещи».
4. Гриненко С.В. Экономика недвижимости. Конспект лекций / С.В. Гриненко. - Таганрог: ТРТУ, 2012.
5. Шуленин А.А. Государственное регулирование экономики регионов / Шуленин А.А., Яроменко Н.Н. // В сборнике: ПРОРЫВНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК

УДК 336

Миронова Д. Д.

канд. экон. наук, доцент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУВО «Донской государственный технический университет»
в г. Шахты, Ростовская область

Гетманская А. А.

студентка 3 курса

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУВО «Донской государственный технический университет»
в г. Шахты, Ростовская область

ПРОБЛЕМЫ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РФ

Аннотация: В статье рассмотрены основные проблемы кредитования малого и среднего бизнеса. Проведен анализ динамики объемов задолженности и кредитования.

Ключевые слова: кредитование малого и среднего бизнеса, кредитная история, просроченная задолженность, портфель.

Малый и средний бизнес является необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы страны. Малое предпринимательство способствует увеличению рабочих мест, снижению уровня безработицы населения, развитию здоровой конкуренции, расширению ассортимента продукции, повышению качества товаров. Также необходимо отметить, что малый и средний бизнес является основным налогоплательщиком, что увеличивает сумму средств, поступающих в бюджет Российской Федерации. Именно поэтому в рамках сложившейся экономической ситуации в стране необходима активная помощь развитию малого и среднего бизнеса в России, что связано, в том числе, с активизацией его кредитования.

Однако среди проблем кредитования МСБ можно выделить следующие:

- Одна из наиболее актуальных проблем для субъектов малого и среднего предпринимательства заключается в том, что они не обладают достаточными финансовыми ресурсами для осуществления своей хозяйственной деятельности.
- Непрозрачность российского малого и среднего предпринимательства. Многие фирмы из - за непосильного налогообложения скрывают реальные масштабы деятельности. Вследствие чего потенциальный заемщик просто получает отказ в кредитовании, так как банк просто не может реально оценить риски по кредитам.
- Недоверие со стороны банков. Предприятия малого и среднего бизнеса в основном находятся на рынке существенно короткий срок, поэтому до последнего времени на

российском рынке было очень немного устойчивых малых предприятий. Отсюда вытекает проблема отсутствия у предприятий малого и среднего бизнеса кредитной истории. Бизнес в нашей стране существует менее 20 лет, поэтому не всегда можно прояснить кредитную историю заемщика и его репутацию.

- Необходимость перекредитования. Кредиты в российских банках выдают на короткий срок. В связи с этим предприятиям приходится нередко перекредитовываться. Подобные кредиты выдаются сроком на один - два года.

- Высокая степень риска при кредитовании МСБ. Этим объясняют повышенные ставки по кредитам. Поэтому определяющим обстоятельством для согласия банка на выдачу кредита является уверенность в успешности бизнеса заемщика.

- Повышение процента просроченной задолженности по кредитам в этом сегменте. Из-за этого банки начали повышать проценты по кредитам и сокращать безналоговое кредитование.

- Отсутствие залогового обеспечения или его плохое качество. Большая часть обеспечения, которое могут предложить малые и средние предприятия - залог товара в обороте. Это говорит о том, что большая часть данных фирм занята в области торговли.

Проблемы кредитования малого и среднего бизнеса являются препятствием на пути к его успешному развитию. Инновационный путь развития малого и среднего бизнеса – один из важнейших вариантов решения социальных и экономических проблем.[1, с. 207]

Однако сейчас банки, особенно региональные, начинают активно осваивать сферу кредитования МСБ, понимая перспективы в этой сфере. Многие банки усовершенствовали и оптимизировали механизм получения кредитов для МСБ, однако очевидно отставание кредитования МСБ от крупного бизнеса.

Рынок кредитования МСБ сокращается третий год подряд. Объем выданных кредитов МСБ за 2016 год упал на 3 %, до 5,3 трлн рублей, а размер кредитного портфеля – на 9 % до минимального с 2013 года уровня в 4,5 трлн рублей. Избежать еще большего падения помогла активизация выданных банками из топ - 30, когда остальные участники сокращали кредитование из-за высоких рисков.

На протяжении 2016 года доля просроченной задолженности в портфеле держалась на уровне рекордных 14–15 % .

В 2017 году, по базовому прогнозу RAEX (Эксперт РА), объем портфеля МСБ покажет рост на 5 % благодаря программам льготного кредитования МСБ и стабилизации экономики.

Сокращение объема выданных кредитов МСБ в 2016 году замедлилось, показав снижение на 3 % против 28 % по итогам 2015 года. Удержать рынок от еще большего падения позволило наращивание кредитных выданных банками из топ - 30 по активам. Снижение процентных ставок способствовало росту спроса на заемные ресурсы со стороны предпринимателей: число заявок на кредит увеличилось почти в 1,5 раза по сравнению с данными за 2015 год.

Однако финансовое положение МСБ не улучшилось, и банки по-прежнему консервативны: количество фактически заключенных кредитных договоров сократилось на 2 %. В результате по итогам года портфель кредитов МСБ показал сильнейшее за три года снижение – на 9 % , до 4,5 трлн рублей. Кроме того, столь негативная динамика

обусловлена краткосрочной структурой кредитования, а также сокращением и переоценкой объема валютных ссуд.

Крупнейшие банки восстановили свои позиции на рынке МСБ. Если в 2015 году наблюдалось укрепление на рынке небольших и средних игроков, то в 2016 году крупные банки вернули свои позиции. За 2016 год банки из топ - 30 увеличили объем выдач на 19 % , а остальные, напротив, сократили на 22 % . В совокупных выдачах доля банков из топ - 30 по активам выросла на 10,3 п. п., до 56,8 % , ранее данный показатель не превышал 53,2 % (максимум отмечен в 2013 году). Рост объема выданных кредитов не удержал портфели крупных банков от сокращения. При этом портфель кредитов 30 крупнейших банков сократился лишь на 3 % против сжатия на 15 % у остальных. Лидером по размеру кредитного портфеля МСБ остается «Сбербанк», второе место занял «Россельхозбанк», третье – «ВТБ 24».

В 2016 году доля просроченной задолженности в портфеле МСБ вновь побил рекорд. На 01.01.2017 доля просроченной задолженности по кредитам МСБ составила 14,2 % . При этом на отдельные даты 2016 года уровень просрочки превышал 15 % , что является максимальным уровнем с начала публикации статистики Банком России (01.04.2009). Однако если в 2015 году повышение уровня проблемных кредитов было связано с ростом объема просроченной задолженности, то в 2016 - м величина просрочки в абсолютном выражении показала снижение на 5 % , а ее рост в относительном выражении был вызван значительным сжатием самого портфеля. При этом крупные банки, имеющие возможность привлечь качественных заемщиков в связи с более выгодными условиями кредитования, отразили несущественное ухудшение качества портфеля (+0,3 п. п., до 13,3 %), в то время как остальные участники показали результат хуже (+1,1 % , до 15,6 %). Развитие рынка в 2017 году будет определяться реализацией мер государственной поддержки, динамикой ключевой ставки и адаптацией банков к введению норматива Н25.

Снижение ключевой ставки в 2017 году позволит банкам улучшать предложения по кредитным продуктам, в том числе по кредитам МСБ. Помимо понижающей динамики ключевой ставки поддержку рынку окажет программа по стимулированию кредитования МСБ «Шесть с половиной». Повысить доступность банковского кредитования для МСБ также сможет развитие механизмов гарантийной поддержки предпринимателей через Корпорацию МСП и Национальную гарантийную систему. Кроме того, ожидаемое смягчение критериев применения пониженных коэффициентов риска по кредитам МСБ повысит интерес банков к финансированию небольших и средних компаний. На динамику кредитного портфеля может оказать влияние также дробление банками крупных кредитов на ссуды нескольким техническим компаниям в целях снижения норматива Н25.

Согласно базовому прогнозу RAEX (Эксперт РА), по итогам 2017 года кредитный портфель МСБ вырастет на 5 % и составит около 4,7 трлн рублей. Доля просроченной задолженности по кредитам МСБ останется на высоком уровне и составит на 01.01.2018 порядка 12–13 % . Негативный прогноз агентства предполагает снижение среднегодовой цены на нефть до 40 долларов за баррель, уровень инфляции 7–8 % , ключевой ставки – 10 % и выше.

При реализации негативного сценария доля просрочки может увеличиться до 16 % на 01.01.2018. В результате объем кредитных выдач МСБ продолжит сжиматься, а величина кредитного портфеля снизится на 5 % , до 4,2 трлн рублей.[2]

Малому и среднему бизнесу в нашей стране необходимо дальнейшее развитие по целому ряду направлений. К ним можно отнести: совершенствование системы оценки предприятий малого и среднего бизнеса, создание новых кредитных программ, улучшение условий кредитования, снижение процентных ставок, создание благоприятных институциональных условий и инфраструктуры. Развитие малого предпринимательства является ключевым

фактором формирования конкурентоспособной экономики, обеспечения стабильности и создания условий для существенного роста уровня и качества жизни населения страны.[3] Совершенствование кредитования малого предпринимательства не может быть осуществлено без совершенствования политики банков, без развития соответствующей активности самих предпринимателей и без поддержки со стороны государства.

Необходимо увеличить сроки и объемы финансирования субъектов малого предпринимательства, расширить перечень видов деятельности, подпадающих под льготное кредитование, предоставить финансовую поддержку путем кредитования в коммерческих банках по пониженной процентной ставке. Только целенаправленная политика по поддержке и развитию малого предпринимательства, как со стороны государства, так и внутри самого малого предприятия позволит улучшить ситуацию, сложившуюся в данном сегменте экономики. Решение проблемы кредитования малого и среднего предпринимательства должна быть одним из основных направлений деятельности государства. Необходимо опираться на мировой опыт в решении этого вопроса, так как кредитование и финансирование МСБ в настоящее время должно соответствовать требованиям времени, гибко реагируя на вызовы современности.[4]

Список использованной литературы:

1. Миронова Д.Д., Инновационная деятельность малого бизнеса в Ростовской области [Текст] / Миронова Д.Д. В сборнике: Посткризисные очертания инновационных процессов. Материалы Десятых Друкеровских чтений. Под ред. Р.М.Нижегородцева. 2010. С. 207 - 212.

2. Официальный сайт Рейтинговое агентство "Эксперт РА" Кредитование малого и среднего бизнеса в России по итогам 2016 года" [Электронный ресурс] Режим доступа: http://raexpert.ru/researches/banks/frb_2016_itog/ (Дата обращения 4.05.2017)

3. Зиброва Н.М., Инвестиционно - инновационный потенциал малого предпринимательства ЮФО [Текст] / Зиброва Н.М., Миронова Д.Д. Вестник Димитровградского инженерно - технологического института. 2016. № 1 (9). С. 106 - 113.

4. POTENTIAL FOR USE OF FOREIGN EXPERIENCE IN EVALUATION OF STRATEGIC SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES RELATING TO TRANSITION OF RUSSIA'S ECONOMY TO STRATEGIC PATH OF DEVELOPMENT Dovlatyan G.P., Makeeva E.I., Cherkesova E.Y., Oboymova N.T. Asian Social Science. 2015. T. 11. № 20. С. 56 - 65.

© Д.Д.Миронова, А.А.Гетманская, 2017

УДК 338

Е.С. Головченко, магистрант

ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский федеральный университет»
г. Ставрополь, Российская Федерация

СЦЕНАРНЫЙ АНАЛИЗ КАК ОСНОВА РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Для верного выбора стратегического направления развития, определения краткосрочной и долгосрочной целей и мероприятий, направленных на их достижение руководители

применяют ряд традиционных аналитических инструментов. Но как поступить организации, чья бизнес - среда в настоящий момент неопределенна настолько, что традиционные методы исследований не могут гарантировать эффективность выбранной стратегии уже завтра?

Как правило, руководители организаций склонны недооценивать неопределенность: опираясь на интуицию, они формируют бюджет и план мероприятий, необходимых для, например, ежегодной отчетности, полагая, что при изменениях внешней среды операционных мер реагирования будет достаточно, чтобы удержать долю рынка, ключевого партнера или постоянных клиентов. К сожалению, такая уверенность часто приводит к неустойчивости и даже банкротству компании.

Именно поэтому наряду с анализом текущей рыночной ситуации организации необходимо спрогнозировать вероятные ситуации в будущем. Необходимость эта обусловлена в первую очередь такими этапами работы организации, как бюджетирование и планирование.

На сегодняшний день сценарный анализ является наиболее часто применяемым в любой крупной бизнес компании. Однако рассмотрение альтернативных сценариев и тестирование их чувствительности на различные критерии и факторы внешней и внутренней среды проводится руководителями в первую очередь с целью выявления единственного наиболее вероятного прогноза, на котором и строится стратегия организации. Этот подход демонстрирует эффективность в более - менее устойчивой бизнес - среде и категорически не подходит при наличии постоянно меняющихся факторов воздействия на рынок.

При планировании менеджеры не останавливают свое внимание на анализе тех сценариев, которые, по их мнению, маловероятны, ограничиваясь четкими формулировками, необходимыми для обоснования выбранной стратегии «здесь и сейчас». Конечно, для принятия решений в неопределенной ситуации требуется определенный риск, и те управленцы, которые не в состоянии взять на себя необходимую ответственность, переключаются на реинжиниринг существующих документов, разработку программ контрмер и сокращения издержек. Недооценивать важность этой работы не стоит, однако, это уже действия «после», и они ни при каких обстоятельствах не могут заменить стратегию и предшествующий ей анализ.

Сценарный анализ призван развить из настоящего положения организации картины будущего организации. При этом основополагающим принципом данного анализа является такой важный принцип стратегического управления, как альтернативность ситуации.

Сценарии должны из настоящей ситуации развить картины будущего организации, при этом данная работа должна проводиться систематически. Необходимо разрабатывать не один сценарий, а несколько вариантов, что позволит руководителям организации видеть возможные последствия выбора того или иного направления развития. В демонстрации множества картин будущего и вариантов развития и состоит цель метода сценариев. Поэтому прогнозирование, основанное на сценарном анализе, играет важнейшую роль в формировании стратегии любой компании.

Сценарный анализ позволяет сформировать набор детальных описаний последовательности событий, которые с прогнозируемой вероятностью могут привести к

желаемому или планируемому конечному состоянию или к возможным исходам, при рассматриваемых сценаристом вариантах развития [1, с 8].

Концепцию сценарного планирования как нового метода прогнозирования представил Берже в 1964 году. Последующие исследования Годэ способствовали развитию метода в 1970 - х годах. К концу 1980 - х годов многие компании и специалисты пришли к необходимости включения в разработку стратегии фактора неопределенности, изменчивости внешнего окружения. В настоящее время сценарный анализ является одним из основных инструментов, предназначенных для более глубокого изучения непредсказуемой внешней среды организации.

Метод сценарного анализа включает элементы искусства и науки, дедукцию и индукцию, структурирование, обобщение, рациональность (применительно к действиям одного субъекта) и иррациональность. Именно из - за этой многогранности сценарный анализ не может быть отнесен ни к одной академической дисциплине [3, с.49].

Обратимся к алгоритму проведения сценарного анализа в наиболее распространенном его понимании. Преимущественно выделяют трехэтапный подход к проведению сценарного анализа: анализ внешней среды, непосредственно формирование и анализ возможных сценариев и разработка стратегии.

Анализ внешней среды в разрезе сценарного анализа позволяет выявить ранние признаки будущих изменений и обозначить место компании на рынке или сегменте рынка. Наиболее эффективно на данном этапе работы будет использование метода сканирования, при котором также учитываются бизнес - интересы организации в краткосрочном и долгосрочном периодах. Определить переменные внешней среды, прямо и косвенно влияющие на цели организации, можно с помощью традиционного динамического анализа PEST и отраслевого анализа.

Целью PEST анализа является оценка воздействия наиболее значимых факторов макроокружения на деятельность организации и возможностей изменения их влияния со временем. На данном этапе важно учитывать не только значимые факторы, но и те, что способны в значительной мере оказать воздействие в будущем. Среди факторов воздействия чаще всего выделяют такие группы факторов, как производственные, технологические, социокультурные, экономические, политические и экологические. При необходимости организация должна прибегнуть к анализу общемировых факторов.

Следующий этап – разработка сценариев и моделирование ситуаций – самый трудоемкий этап сценарного анализа. Работы в рамках данного этапа можно отразить в следующей последовательности:

- a) Определение наиболее значимых факторов и переменных
- b) Определение вероятных результатов влияния переменных
- c) Разработка сценариев

Выбор наиболее значимых факторов и переменных основывается на результатах первого этапа сценарного анализа. Для их определения лучше всего использовать метод мозгового штурма и / или метод причинно - следственной связи. Каждый из выявленных факторов макросреды сопоставляется с предварительно установленными бизнес - целями организации. Анализируя фактические и теоретические уровни влияния каждого фактора на цели компании, группа менеджеров ранжирует каждую переменную по степени

важности. В результате формируется перечень наиболее важных позиций из переменных, на основании которых и необходимо строить дальнейшие прогнозы.

Однако для того, чтобы разработать вероятные прогнозы - сценарии событий необходимо предварительно определить, что будет являться результатом влияния этих факторов. Так, следующий этап анализа позволяет организации ответить на вопрос «что будет с компанией, если каждая из конкретных переменных примет ту или иную форму». Например, в рамках группы политических факторов была определена такая переменная, как выборы губернатора области N в следующем году.

Не располагая информацией о том, кто займет пост губернатора, менеджеры могут проанализировать политическую стратегию каждого из кандидатов в части ее влияния на сферу деятельности организации и спрогнозировать итоговый результат для компании.

Предположим, один из кандидатов поддерживает идею широкого развития местных производителей, и готов заключить соответствующие договоренности с инвесторами. Для организации, которая поставляет продукцию в данный регион, выбор такого кандидата, вероятно, угрожает полной потерей доли рынка данного региона. Это один из результатов влияния фактора макросреды. При разработке возможных результатов воздействия переменных главное — принять во внимание события, которые могут произойти, но эффект от которых на сегодня не очевиден. Ошибочен отказ от достаточно тривиальных предположений о вероятных исходах переменной. Предположения могут быть как явные, очевидные (о том, что основной конкурент не уйдет с рынка), так и неявные, связанные, например, с появлением инновационных преимуществ.

После определения вероятных результатов воздействия ключевых факторов на положение компании на рынке в будущем, руководству организации необходимо перейти к следующему этапу сценарного анализа – непосредственно разработка различных сценариев развития событий. Как отмечалось, это наиболее трудоемкий и творческий процесс, к работе над которым необходимо привлекать не только топ - менеджмент, но и линейных сотрудников организации.

Продолжим рассмотрение этапа разработки сценария на примере ранее смоделированной ситуации. Определив, что в будущем в конкретном регионе возможно появление новых или рост активности существующих конкурентов (местные производители), организации необходимо спрогнозировать ситуацию на рынке: распределение доли рынка, конкурентные преимущества, потребительский выбор, наиболее привлекательные для конкурентов схемы товародвижения, каналы продвижения и маркетинговые мероприятия и т.д. Как правило, количество сценариев в рамках вероятности влияния одного фактора не превышает двух. Количество ключевых факторов в свою очередь будет зависеть от рынка, в котором функционирует организация и уровня его неопределенности, и может варьироваться от одного до десяти переменных.

Как видно, мы можем получить достаточно большое количество небольших сценариев, что осложняет их последующий анализ. Именно здесь менеджерам необходимо проделать важнейшие действия для перехода к этапу разработки стратегии: сгруппировать и дополнить сценарии по общим признакам так, чтобы получилось от двух до четырех вероятностных прогнозов. Влияющие переменные макросреды при этом также группируются, поскольку к схожей или даже идентичной ситуации на рынке могут привести различные факторы влияния.

По мнению Буржуа, «данный этап является ключевым в интеллектуальном плане, так как требует умения проводить системный или комплексный анализ, четкого, всестороннего видения проблемы и способности группировать исходы переменных по логическим принципам, создавая, таким образом, несколько направлений сценариев» [2, с.57]. Теоретические обоснования необходимости проведения данного этапа отсутствуют. Его осуществление связано с практическим применением метода сценарного анализа. Наиболее эффективной политикой на данном этапе является разработка наиболее и наименее благоприятного сценариев развития ситуации — оптимистического и пессимистического сценариев.

Заключаящим этапом сценарно - стратегического анализа является разработка стратегии. Стратегические цели организации, как отмечалось выше, разрабатываются еще на этапе анализа внешней среды. Здесь также могут быть использованы портфельные методы анализа, например SWOT - анализ. Предметом анализа на этапе формирования стратегии являются цели организации в разрезе каждого из полученных сценариев развития. Например, руководители должны сопоставить принятое решение увеличить производственные мощности на конкретном заводе с вероятностными событиями, описываемыми в каждом из сгруппированных и представленных сценариев. При этом анализ целей будет заключаться в получении ответов на ряд основных вопросов, таких как «позволит ли это избежать негативного исхода сценария», «какие дополнительные меры будут необходимы при развитии данного сценария для достижения максимальной эффективности», «позволит ли это достигнуть положительного результата, описываемого в сценарии» и тому подобные. В результате, организация получает дополнительное обоснование выбора стратегических целей роста, при этом защитив себя от угроз внешней среды и акцентировав внимание на наиболее важных показателях.

Данный этап включает «разработку поведенческой стратегии организации, реализация которой приводит к удовлетворению специфических бизнес - интересов организации или решению выявленной проблемы» [4, с.72]. Формирование стратегии в соответствии со сценарным анализом позволяет оптимизировать ее таким образом, чтобы максимизировать эффективность и минимизировать риски компании при любом варианте развития событий. Несмотря на отсутствие теоретического обоснования обязательного проведения такого полного сценарно - стратегического анализа, его применение носит практический характер и обусловлено необходимостью придания стратегии гибкости в сложной и изменчивой внешней среде организации.

Все три этапа проведения сценарно - стратегического анализа взаимосвязаны и последовательны. Однако то, насколько оптимально будет выбрана стратегия организации, зависит от «смелости» менеджеров учесть различные факторы влияния и полноты анализа каждого из них. Условно говоря, даже маловероятный сценарий заслуживает внимания. Разумеется, если он находится в области допустимого.

Список использованной литературы:

1. Сценарный анализ как основа стратегического планирования в организации. // Менеджмент в России и за рубежом. Лаева Т.В., 2006
2. Сценарное планирование для разработки бизнес - стратегии. Джилл Рингланд. Изд - во: Диалектика, Москва, 2007г.

3. Сценарное планирование. Связь между будущим и стратегией. Матс Линдгрэн, Ханс Бандхольд, Изд - во: Олимп - Бизнес, 2009г.

4. Стратегический менеджмент и предпринимательство. Виссема Х., Изд - во: Финпресс, 2004г.

© Е.С. Головченко, 2017

УДК 336.90

Д.Д. Миронова к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственной технической университет»

А.В. Гуляня студент 3 курса факультета экономики, сервиса и предпринимательства
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственной технической университет»
Г. Шахты, Российская Федерация

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ

Аннотация: в статье рассматривается текущее состояние рынка ипотечного кредитования в России. Представлен обзор ключевых показателей рынка за последние несколько лет. Выявлены основные проблемы и пути их решения в условиях сегодняшней рецессии российской экономики.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, рынок жилья, процентные ставки, риск, рефинансирование, ключевая ставка, Центральный Банк РФ.

Роль ипотечного кредитования в России крайне важна, так как обеспечение населения жильём – это одна из самых острых социальных проблем. В России жилье является дорогостоящим объектом, и купить квартиру для многих россиян, которые живут на заработную плату, практически невозможно. Ипотека довольно привлекательна для населения, поскольку позволяет получить жильё в пользование на начальном этапе. Кроме того, ипотека - потенциал экономического развития, развития кредитной системы. Она позволяет недвижимости превращаться в рабочий капитал, который дает возможность кредиторам получить гарантированный доход, а населению - финансировать покупку жилья. Таким образом, проблема развития системы ипотечного кредитования в России является актуальной в социально - экономическом плане [1, с.137].

После кризиса 2008 года рынок ипотечного кредитования в России стабильно развивался и рос. Но введение экономических санкций против России отразилось и на рынке ипотечного кредитования. В 2014 году из - за роста инфляционных ожиданий и невозможности дальнейшего сдерживания искусственным образом национальной валюты, Центробанк РФ принял решение о поднятии ключевой ставки до 17 % . Последствия этого шага оказались катастрофическими для ипотечного кредитования. Большинство банков пересмотрели условия выдачи кредитов заемщику. Многие банки повысили процентные ставки по ипотеке, это привело к росту средневзвешенной процентной ставки сразу на несколько процентных пунктов. В январе 2016 года минимальные ставки по ипотеке

достигли 14 - 15 %. А часть банков ввели так называемые запретительные ставки на уровне 35 % годовых или выше. Всё это привело к резкому снижению объёмов ипотечного кредитования [3, с.150].

Оценка объёма выданных ипотечных кредитов в РФ за 2016 год вырос почти на 30 % — до 1,475 триллиона рублей, говорится в сообщении АИЖК. Для того, чтобы поддержать рынок ипотечного кредитования, государство разработало программу, в рамках которой банки получили возможность выдавать ипотеку по льготной ставке 12 % .

Надо отметить, что предпочтения заемщиков в части размера ссуд и их срочности практически не изменились. Так, наиболее высоким спросом по - прежнему пользуются ипотечные ссуды небольшого размера - 91 % выданных ипотечных ссуд составляют кредиты размером до 3 млн рублей.

И также среди населения по - прежнему очень популярны долгосрочные кредиты. Более 60 % выданных ипотечных ссуд выдавалось на срок от 10 до 20 лет, а второе место по количеству выданных кредитов (20 %) занимают ссуды сроком от 20 до 25 лет.

С наступлением кризисных явлений в экономике РФ, происходит существенное падение реальных доходов населения, что крайне негативно сказывается на качестве обслуживания ипотечного долга заемщиками. По данным Центробанка, просрочка по кредитам в январе - ноябре выросла на 34,7 % — до 39 млрд рублей.

Нельзя упускать из вида и ещё одну проблему ипотечного кредитования в 2016 году. Ввиду ухудшающегося состояния внешнеэкономического климата выдача валютной ипотеки для банков стала довольно рискованной. За 10 месяцев было выдано 86 валютных ипотечных кредитов на 2,9 млрд рублей.

Средневзвешенная ставка по валютной ипотеке за 2016 год составила 9,84 % [3, с.151].

Анализ рынка ипотечного кредитования России позволил выявить банки, вошедшие в пятерку лидеров:

№	Название	Объем выданных ипотечных кредитов, млн руб.
1	Сбербанк	333 800
2	ВТБ 24	130 142
3	Россельхозбанк	30 667
4	Газпромбанк	20 409
5	ВТБ Банк Москвы	18 000

Вопросы ипотечного кредитования должны быть в поле внимания органов власти на муниципальном уровне [2. 258]

Современные проблемы ипотечного кредитования	Пути решения проблем
- снижение уровня низкой платежеспособности населения	- снижение средневзвешенной ставки по ипотечным кредитам и увеличение среднего срока кредитов.
- стабильно растущий уровень инфляции	- создание различных программ

<ul style="list-style-type: none"> - неустойчивая ситуация в экономике - недоступная большинству завышенная стоимость ипотечного продукта - наличие монопольных игроков на рынке ипотеки - недостаток реально работающих социальных ипотечных программ 	<ul style="list-style-type: none"> государственной помощи отдельным категориям граждан Р. Ф. - привлечение долгосрочных ресурсов на ипотечный рынок - повышение уровня конкуренции на рынке жилищного кредитования - продвижение региональных рынков ипотечного кредитования
--	--

Для реализации выше поставленных способов решения современных проблем жилищного кредитования необходимо:

- реализация мероприятий по улучшению инвестиционного климата в РФ;
- снижение маржи кредиторов, в том числе операционных расходов и проведение гибкой денежно - кредитной политики Банка РФ
- совершенствование специализированных программ ипотечного жилищного кредитования и поддержки заемщиков, оказавшихся в сложной финансовой ситуации и их правовое сопровождение
- повышение эффективности деятельности всех участников инфраструктуры рынка жилищного кредитования;
- создание дифференцированного территориального подхода к развитию ипотечного кредитования в зависимости от типа рынка жилья.

Ипотека в нашей стране развивается, но она еще не достигла того уровня, при котором помощь населению в решении жилищной проблемы будет являться реальным и эффективным инструментом для приобретения жилья. [4, с.277].

Подводя итоги, можно сказать о том, что в России все еще много проблем, замедляющих совершенствование ипотеки. А решение проблем ипотечного кредитования — это комплексная задача, касающаяся различных сфер экономики, политики, социального сектора, расширение банковских продуктов и т. д. Для разрешения всех трудностей требуется длительное время.

При этом, будущее российского ипотечного кредитования выглядит достаточно оптимистично, и рано или поздно экономика в России обязательно дойдет до того уровня, когда ипотечное кредитование в равной степени будет выгодно и банкам, и широкому кругу населения.

Список используемой литературы:

1. Власова, О.В. Основы формирования социально - экономической политики развития региона / О.В. Власова // Известия Юго - Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. - 2013. - №2. - С. 136 - 143.
2. Черкесова Э. Ю., К.С. Ковалева, И.Ю. Лисицина. Методические аспекты разработки целевых комплексных программ развития муниципальных образований (научная статья) // Проблемы внедрения результатов инновационных разработок: Сборник статей Международной науч. - практ. Конф., июнь 2016, г. Пенза. В 2 ч. Ч 1 - Уфм: МЦИИ ОМЕГА САЙНС, С.258 - 261

3. Соловьева, Т.Н. К вопросу о приоритетах денежно - кредитной политики Банка России и их влиянии на развитие экономики / Т.Н.Соловьева, Н.А. Пожидаева, Д.А. Зюкин, В.В. Жилин // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. - № 12 - 1. - С. 149 - 152.

4. Зайцева Т.В. Ступин А.О., Чухно К.П., Проблемы и перспективы развития модели ипотечного кредитования в России С. 276 - 278. В сборнике: Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития Сборник материалов Международной научно - практической конференции. 2015.

© Д.Д. Миронова, А.В. Гуляян, 2017

УДК 336.221

А.Д. Петрова

ст. преподаватель кафедры «финансов и кредита»
Уфимский государственный нефтяной технический университет

Р.Ф. Давлетова

студент 4 курса экономического факультета
Уфимский государственный нефтяной технический университет
г. Уфа, Российская Федерация

ПОНЯТИЕ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

Аннотация: В данной статье рассмотрим налоговый контроль, его понятие, основные формы и методы, а также задачи по совершенствованию налогового контроля. Тема актуальна тем, что налоговому контролю подлежат все налогоплательщики, которыми являются граждане Российской Федерации. Налоговое законодательство не стоит на месте и всё время вносит изменения и совершенствуется. Постоянно меняется Налоговый Кодекс РФ, законодательство субъектов РФ о налогах и сборах, судебная практика и т.д.

Ключевые слова: налоговый контроль, налоги, Налоговый кодекс, РФ.

Целью налогового контроля является совершенствование системы налогообложения и сделать налоговую дисциплину на высоком уровне, чтобы исключить нарушения налогового законодательства.

Налоговым кодексом признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов, плательщиками страховых взносов законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном настоящим Кодексом[1].

Налоговый контроль использует разнообразные формы для решения предстоящих перед ним задач. Выбор формы налогового контроля чаще всего зависит от того как развита налоговая система и организация налогового контроля, а также же конечная цель налоговой работы.

Формы налогового контроля:

- предварительная;
- текущая;
- последующая.

Предварительная форма контроля связана со сбором и обработки информации о налогоплательщиках на стадии планирования, для принятия конкретных решений. Это

способствует для качественного проведения налогового контроля. Предварительный анализ разделяет налогоплательщиков подлежащих проверке на две группы: на тех кто имеет низкую вероятность совершения налоговых нарушений и на тех кто имеет высокую вероятность совершения налоговых ошибок. Цель состоит в том, чтобы уменьшить или вовсе предотвратить ошибки, которые в дальнейшем могут приобрести негативные последствия.

Текущая форма контроля уже говорит сама за себя, она проводится уже процессе проведения работ. Она производится когда непосредственный начальник проверяет работу своих подчиненных, но это не означает в буквальном смысле. Проверку осуществляют после фактических результатов выполненных работ. Её цель такая же как и предварительной форме контроля, предотвратить ошибки и отклонения.

Последующая форма контроля проводится после окончания отчетного периода. Его же целью будет предотвращение подобных ошибок в будущем. И данные собранные на отчетный год послужат для составления новых планов.

Налоговый контроль не может существовать без методов. Основными методами являются: наблюдение, проверка, обследование, анализ и конечно же ревизия. Теперь рассмотрим эти методы по подробнее.

И так первым методом у нас является, метод наблюдения. Он представляет собой полное ознакомление с объектом налогового контроля и с его состоянием. В пример мы можем взять налоговые посты, которые производят спирт этиловый и продукцию его содержащую и акцизные склады которые были приняты налоговым режимом с 01.07.01.

Следующий метод, это проверка. Она проводится в налоговой инспекции либо с выездом на место, где будет проводится проверка. Её целью является выявление ошибок налоговой дисциплины и ее устранения. В отношении всех налогоплательщиков проводится - камеральная налоговая проверка, а для организаций и индивидуальных предпринимателей проводятся - выездные налоговые проверки.

Метод обследования представляет собой положение дел по конкурентному вопросу, цель которой является обработка проблемы и её детальной проверки.

Анализ проводится по текущей и годовой отчетности. Используя данный метод существуют аналитические приемы, как индексный метод, метод средних и относительных величин.

И так последний метод, это ревизия. Ревизия - это разносторонняя проверка деятельности организации для установления законности и эффективности действий. Проводится на месте и проверяют первичные документы, учетные регистры, бухгалтерские и статистические отчетности и фактическое наличие денежных средств.

Работники налоговых проверок имеют право при необходимости опечатывать помещения, проверять документы связанные с выплатами налогоплательщика и запрашивать письменные разъяснения по возникшим вопросам.

Налоговый контроль подразделяется на сплошной и выборочный метод проверки. Выборочный контроль может осуществляться в двух формах: проверка охватывает либо все документы в отдельные месяцы, либо часть документов в пределах каждого месяца. Сплошной, обычно подлежат наиболее ответственные и уязвимые операции (денежные, кассовые, банковские), проверяют все документы и записи в регистрах бухгалтерского учета за определенный период.

Рассмотрев формы и методы налогового контроля, перейдем на определение налоговых проверок. Налоговая проверка – форма налогового контроля, которая осуществляется с помощью камеральных и выездных проверок. Проводят её должностные лица налоговых органов с целью контроля за соблюдением налогоплательщиками выплат налогов и сборов.

Камеральная налоговая проверка проводится по месту нахождения налогового органа на основе налоговых деклараций (расчетов) и документов, представленных налогоплательщиком, а также других документов о деятельности налогоплательщика, имеющихся у налогового органа. Специальная декларация, представленная в соответствии с Федеральным законом "О добровольном декларировании физическими лицами активов и счетов (вкладов) в банках и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации", и (или) прилагаемые к ней документы и (или) сведения, а также сведения, содержащиеся в указанной специальной декларации и (или) документах, не могут являться основой для проведения камеральной налоговой проверки.(в ред. Федерального закона от 08.06.2015 N 150 - ФЗ) [2].

Выездная налоговая проверка проводится на территории (в помещении) налогоплательщика на основании решения руководителя (заместителя руководителя) налогового органа.

В случае, если у налогоплательщика отсутствует возможность предоставить помещение для проведения выездной налоговой проверки, выездная налоговая проверка может проводиться по месту нахождения налогового органа, а в случае проведения выездной налоговой проверки налогоплательщиков - иностранных организаций, признаваемых налоговыми резидентами Российской Федерации в порядке, установленном пунктом 8 статьи 246.2 настоящего Кодекса, - по месту нахождения обособленного подразделения такой организации.(в ред. Федерального закона от 15.02.2016 N 32 - ФЗ) [3].

У налоговой проверки есть 2 цели: проверка правильности исчисления налогов и проверка своевременности их уплаты.

В статье 32 Налогового Кодекса РФ «Обязанности налоговых органов» перечислены обязанности налоговых органов[4]. Выделим первые 8 обязанностей. (Полностью всю статью можно найти в НК РФ ст. 32 «Обязанности налоговых органов»)

1. Налоговые органы обязаны:

1) соблюдать законодательство о налогах и сборах;

2) осуществлять контроль за соблюдением законодательства о налогах и сборах, а также принятых в соответствии с ним нормативных правовых актов;

3) вести в установленном порядке учет организаций и физических лиц;

4) бесплатно информировать (в том числе в письменной форме) налогоплательщиков, плательщиков сборов и налоговых агентов о действующих налогах и сборах, законодательстве о налогах и сборах и о принятых в соответствии с ним нормативных правовых актах, порядке исчисления и уплаты налогов и сборов, правах и обязанностях налогоплательщиков, плательщиков сборов и налоговых агентов, полномочиях налоговых органов и их должностных лиц, а также представлять формы налоговых деклараций (расчетов) и разъяснять порядок их заполнения;

4.1) передавать налогоплательщикам, указанным в пунктах 2 и 3 статьи 11.2 настоящего Кодекса, в электронной форме квитанцию о приеме при получении документов, переданных в налоговый орган через личный кабинет налогоплательщика;

5) руководствоваться письменными разъяснениями Министерства финансов Российской Федерации по вопросам применения законодательства Российской Федерации о налогах и сборах;

6) сообщать налогоплательщикам, плательщикам сборов и налоговым агентам при их постановке на учет в налоговых органах сведения о реквизитах соответствующих счетов Федерального казначейства, а также в порядке, определяемом федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным по контролю и надзору в области налогов и сборов, доводить до налогоплательщиков, плательщиков сборов и налоговых агентов

сведения об изменении реквизитов этих счетов и иные сведения, необходимые для заполнения поручений на перечисление налогов, сборов, пеней и штрафов в бюджетную систему Российской Федерации;

7) принимать решения о возврате налогоплательщику, плательщику сбора или налоговому агенту сумм излишне уплаченных или излишне взысканных налогов, сборов, пеней и штрафов, направлять оформленные на основании этих решений поручения соответствующим территориальным органам Федерального казначейства для исполнения и осуществлять зачет сумм излишне уплаченных или излишне взысканных налогов, сборов, пеней и штрафов в порядке, предусмотренном настоящим Кодексом;

8) соблюдать налоговую тайну и обеспечивать ее сохранение.

Также в НК РФ можно посмотреть статью 33 НК РФ «Обязанности должностных лиц налоговых органов».

Таким образом в данной статье были рассмотрены основные части налогового контроля. Налоговый контроль является неотъемлемой частью в жизни государства и его граждан.

Список использованной литературы:

1. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146 - ФЗ (ред. от 28.12.2016)

2. Налоги и налогообложение : учебник для СПО / под ред. Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 503 с. — Серия : Профессиональное образование.

3. НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ КАК ФОРМА ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ, СЛОЖНОСТИ ЕГО ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЙ Минеева В.М., Давлетова Э.Ф. Экономика и социум. 2016. № 6 - 2 (25). С. 137 - 141.

© Р.Ф. Давлетова, 2017

УДК 336.201+336.225.4

А.Д. Петрова

ст. преподаватель кафедры «финансов и кредита»
Уфимский государственный нефтяной технический университет

Р.Ф. Давлетова

студент 4 курса экономического факультета
Уфимский государственный нефтяной технический университет
г. Уфа, Российская Федерация

ЭВОЛЮЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ И ПРИНЦИПОВ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Аннотация: В данной статье будет рассматриваться эволюция взглядов налогообложения хозяйствующих субъектов, основные принципы налогообложения и необходимость соблюдения принципов налогообложения. Данная тема актуальна в настоящее время, так как налоги они стали неотъемлемой частью в жизни человека и экономики страны в целом.

Ключевые слова: налогообложение, взаимодействие, принципы, налоговые органы, хозяйствующие субъекты, А. Смит, Н.И. Тургенев.

Налоговая система является важнейшим элементом рыночных отношений. Она представлена совокупностью налогов, сборов, других платежей, взимаемых с

плательщиков – юридических и физических лиц. Налог на прибыль – один из основных в системе налогообложения любого государства, он служит важным источником поступления средств в бюджеты разных уровней, является значимым инструментом регулирования и стимулирования деятельности хозяйствующих субъектов, прямо и косвенно влияя на процессе перераспределения прибавочного продукта посредством изъятия части чистого дохода предприятия.

С развитием товарно - денежных отношений, налог стал неотъемлемой частью роста экономического потенциала. Налогообложение с давних пор стал изучаться великими учеными, экономистами и налоговиками как в российских, так и в зарубежных странах. Такими как А. Смит, Д. Рикардо, Н. Тургенев и др. В их работах была рассмотрена налоговая система.

Недостатком налоговых систем является то, что они принудительно изымают денежные средства, которые не имеют никакого отношения к налогам. Для того чтобы налоговая система была эффективна, необходимы принципы научно - практической организации налоговых отношений, которые способны сформировать налоговый механизм. Эволюция налоговых принципов – широкое самостоятельное научное исследование.

Свой вклад на определение принципов налогообложения внёс А. Смит, который впервые их сформулировал в своей книге «Исследование о природе и причинах богатства народов», также в этой книге он дал определение налоговым платежам. А. Смит считал что основными принципами налогообложения являются: определенность, справедливость, удобство (для налогоплательщиков), свобода и экономия /

Отечественный экономист Н.И. Тургенев написал работу «Опыт теории налогов» . Благодаря этой своей работе Н.И. Тургенев положил начало русской финансовой науке. В этой работе были изучены особенности налогов, их значение для государства и экономики страны в целом. Н.И. Тургенев считал что налоги является основным источником доходов государства.

Он проанализировал источники и виды налогов, методы их собирания и действия, главные правила взимания налогов. Также как и А. Смит, Тургенев указывал основные принципы налогообложения: справедливость, определенность налогов, взимания их в удобное время, дешевое собирание. Главное отличие Тургенева, что он подчеркнул, что правительству необходимо отклонять тяжесть налогов, которые не под силу простому народу, чтобы их оплатить.

Таким образом, Н.И. Тургенев рассматривая порядок взимания налогов выдвинул вышеперечисленные принципы для достижения дохода. Также он выдвинул общее правило, где говорится о том, что налог должен взиматься с чистого дохода, а не с самого капитала.

Согласно принципу справедливости которые выделили А. Смит и Н.И. Тургенев, этот принцип включает в себя две мысли: 1) от величины дохода налогоплательщика, определяется какая сумма налогов будет с него взиматься; 2) кто больше получил большее количество благ от государства, налогоплательщик должен платить больше в виде налогов.

Понятие налога мы находим в ст. 8 Налогового кодекса РФ (далее – НК РФ): «налог – это обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях

финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований» [1]

Налоговая системы в современных условиях, должна отвечать перечисленными принципам:

- налоговое законодательство должно быть стабильно;
- взаимоотношение налогоплательщика и государства должно носить юридический характер;
- способы и время взимания налогов должны быть удобными для налогоплательщиков;
- равенство налогоплательщиков перед законом;
- доступность и открытость информации по налогообложению;
- соблюдение налоговой тайны.

Результат действительности налоговой системы зависит от соблюдения требований принципов, и немаловажно, к каким последствиям может привести игнорирование требований.

В настоящий момент налоговые отношения связанные с большими переплетениями противоречий, в значительной мере зависят от их взаимодействия с налоговыми органами. Такое взаимодействие становится частью современной экономической жизни.

Особое значение имеют взаимоотношения хозяйствующих субъектов с налоговыми органами. Что выражается в стремлении одних иметь гарантированный и достаточный для деятельности доход, а для других – постоянные налоговые поступления. Для успешного взаимодействия налоговых органов и хозяйствующих субъектов необходимы условия, где налоговая система является инструментом регулирования реляционных отношений. Регулирование осуществляется путем установления налогов и налоговых режимов.

Регулирование реляционных отношений со стороны налоговых органов осуществляется следующими методами:

1. Изменение налоговых льгот. Налоговая льгота — преимущество, предоставляемое государством либо местным самоуправлением определённой категории налогоплательщиков, ставящее их в более выгодное положение в сравнении с остальными налогоплательщиками. Налоговые льготы являются одним из элементов налоговой политики и преследуют социальные и экономические цели. Налоговые льготы можно разделить на следующие группы:

- личные и для юридических лиц;
- общеэкономические и социальные налоговые льготы;
- внешнеэкономические налоговые льготы, направленные на стимулирование экспорта, и общеэкономические льготы;

2. Дифференциацией, выделение частного из общей совокупности по некоторым признакам;

3. Повышение или понижение налоговых ставок. Повышение или понижение налоговых ставок оказывает тормозящее или стимулирующее воздействие на динамику инвестиций;

4. Полным или частичным освобождением от налогов (отдельных налогов);

5. Отсрочкой платежа или аннулированием задолженности и возвратом ранее уплаченных сумм;

6. Применением штрафных санкций за несвоевременную уплату налогов и другие нарушения налогового законодательства.

Любое изменение из перечисленных методов, может повлиять на финансовое состояние налогоплательщика.

Соблюдение налоговых принципов которые выделили А. Смит и Н.И. Тургенев ,способствует становлению установок в экономике страны.

Я полностью согласна с взглядами А. Смита и Н.И. Тургенева. Налоги не должны быть в ущерб налогоплательщикам и государству тоже.

Таким образом, в данной статье были раскрыты взгляды А. Смит и Н.И.Тургенева на принципы и основы их влияния на налогообложения, взаимодействие налоговых органов и хозяйствующих субъектов, а также необходимость соблюдения принципов налогообложения.

Список использованной литературы:

1. «Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть первая)». Федеральный закон РФ от 31.07.1998 г. №146 - ФЗ. Изм. 07.103.2017 на основании 406 - ФЗ. ООО Издательство «Эксмо»

2. Минеева В.М., Мусина А.И..ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИИ Экономика и социум. 2016. № 6 - 2 (25). С. 149 - 152

3. Тимиргалина В.В., Минеева В.М. РОЛЬ НАЛОГОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ Проблемы развития современной экономики. 2014. № 5. С. 63 - 66.

© Р.Ф. Давлетова, 2017

УДК 338

Д.Л. Де Ла Маза

студентка 3 курса экономического факультета
Башкирский государственный аграрный университет

Научный руководитель: Э.Р. Ахметова
старший преподаватель «Экономический факультет»
Башкирский государственный аграрный университет

Г. Уфа, Российская Федерация

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА (АИБС)

Рассматривается связь, банковских технологий и обеспечивающих их АИБС (Автоматизированная информационная банковская система). При нынешнем состоянии банковского процесса сложно распределить фактически банковские технологические процессы и обеспечивающие их автоматизированные информационные банковские концепции; эти две детали целостного процесса столь близко объединены между собой, что не нужно рассуждать о них отдельно. Подобное положение дел хорошо заметно в последнее время, хотя основание было принято в конце 80 - х годов с возникновением

торговых банков. Это выявляется во взаимном воздействии друг на друга банковских технологий и АИБС. Однако, когда воздействие банка на формирование АИБС вероятно, в таком случае обратное утверждение потребует объяснения. Банки постоянно устремлялись приобрести АИБС с крупными многофункциональными способностями и основательно продуманными технологиями. Подобное желание повергло определенные банки к приобретению распространенных западных концепций непосредственно ради принятых в них технологий западного банковского процесса. Вплоть до этих времен российских концепций подобного уровня не существовало. Однако в настоящее время они начали возникать на рынке. Сейчас они ещё никак не достигли такого рода функциональности, как их западные аналоги. Однако заложенные в них основы дают возможность заявлять о том, что весьма вскоре они, по крайней мере, никак не станут идти на уступки данным концепциям.

Методика труда банка формируется на базе установившихся обычаев в банковской концепции, нормативных использованных материалов ЦБ и организаций власти, финансовой ситуации в регионах и на рынках, на которых трудится банк. Хотя данные компоненты — общие для множества банков, впрочем известно, что двух подобных банков не имеется. Различие одного банка от другого зависит, в первую очередь только, от навыка и позиции управления и основных работников. Особенную значимость представляет стоящая в банке АИБС, так как она в известной степени предлагает сделать технические способности и требование выполнения банковских действий. Нетрудно повергнуть примеры подобного воздействия: это и допустимые схемы начисления процентов, и эластичность ведения соглашений, требуемая целостность разных досье, выражение и длина лицевого счета, вероятность непосредственных проводок, использование различных методик конверсии с целью различных действий, не говоря уже о работе в настоящем времени, общей основе и мультивалютности. В случае если АИБС работает в банке несколько лет и не вызывает непосредственный неприязни, то работники банка настолько привыкают к ней, что принимаются мыслить в её идеологии; зачастую у них формируется представление, что иначе и работать - то невозможно, а, если и возможно, то некомфортно. При этом все недочеты (количество которых разное у разных концепций) встают уже ставшими обыкновенными методами: иными проектами либо просто записью, например, в Excel или даже в тетради (например: подсчет чековых книг и дорожных чеков, подробное досье покупателя, составление плана и руководство корсчетами, исследование отношений среди отделами банка). Большая часть банков в настоящее время функционирует на сравнительно несложных режимах российской разработки. При этом не имеет значения, на каком языке программирования они прописаны: в Clipper, Clarion, Btrieve, Oracle и т. д.

Список литературы

1. Кочергин Д. Регулирование деятельности в сфере электронных денег // Банки и технологии, 2004, № 6, с. 52–61.
2. Лямин Л. Организация банковского надзора в области Интернет - банкинга // Банки и технологии, 2003, № 2, с.28–33.
3. «Банковские информационные системы» (Под ред. проф. В. В. Дика): Раздел 2, Глава 20, стр. 527–555.

© Д.Л. Де Ла Маза

А.А. Дробышева, студентка 3 - го курса
Н.Н. Яроменко, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО Российский государственный университет
правосудия», Северо - Кавказский филиал,
г. Краснодар, Российская Федерация

ЗЕМЕЛЬНЫЙ УЧАСТОК КАК ОСНОВА НЕДВИЖИМОСТИ

Естественным базисом экономической и социальной деятельности человека является земля. Под этим термином в сфере недвижимости принято считать земельный участок.

Земельный участок - это объект права собственности, территориальные границы которого определяются в порядке, установленном земельным законодательством, на основе документов, выдаваемых собственнику государственными органами по земельным ресурсам и землеустройству.

Земельный участок является объектом земельных отношений и может стать предметом различных сделок. Границы земельного участка описаны и удостоверены в установленном порядке.

Земельный участок отличается от других форм недвижимости тем, что, во - первых, он - природный ресурс, который нельзя воспроизвести в отличие от других форм недвижимости, во - вторых, при оценке учитываются возможности многоцелевого назначения, в - третьих, земельный фонд является основой формирования среды проживания населения и обеспечивает экологическую безопасность, в - четвертых, к стоимости земельных участков не применяются понятия физического и функционального износа, так как их срок не ограничен.

При описании земельного участка указывают:

- субъекта земельного права
- точный адрес участка
- документы подтверждающие право землепользования
- категория земель, целевое назначение и фактическое пользование
- код классификатора земель
- площадь по документам
- площадь санитарно - защитной зоны с особым режимом использования в пределах земельного участка
- вид земельного права.

Земельный участок бывает делимым и неделимым. Делимый участок можно разделить на части, которые в дальнейшем будут считаться самостоятельными земельными участками; а неделимый - который по целевому и хозяйственному назначению и разрешению нельзя разделить на участки.

Каждый земельный участок имеет паспорт, в котором содержится информация о застроенности территории, размере земельного налога, расчетной и рыночной стоимости участка, инженерно - технические характеристики, градостроительные характеристики.

Весь земельный фонд Российской Федерации можно разделить на 7 категорий:

1. земли сельскохозяйственного назначения, которые используются для сельскохозяйственного производства, для личного подсобного хозяйства, для коллективного садоводства или огородничества;

2. земли городов и населенных пунктов, где размещаются жилые здания, улицы, парки, площади и т.д;
3. земли промышленности, транспорта, связи, телевидения, энергетики, обороны и иного назначения;
4. земли особо охраняемых территорий, состоящие из заповедников, домов отдыха, памятников природы, истории и культуры;
5. земли лесного фонда
6. земли водного фонда
7. земли запаса, которые являются запасом.

Все земли на территории РФ, не смотря на их целевое назначение, подлежат государственному кадастровому учету.

Государственный земельный кадастр - систематизированный свод документированных сведений, получаемых в результате проведения государственного кадастрового учета. После процедуры кадастровой регистрации земельного участка ему присваивается кадастровый номер. Кадастровый номер - уникальный номер, который присваивается объекту недвижимости при государственной регистрации. Любое изменение границ земельного участка влечет прекращение существования прежнего кадастрового номера.

Если рассматривать право на землю с юридической точки, то существует несколько форм прав на землю: право собственности, право постоянного (бессрочного) пользования, право пожизненного наследуемого владения, аренда, сервитут, безвозмездное срочное пользование.

К субъектам прав собственности относятся физические и юридические лица, а также иностранные граждане, лица без гражданства (не имеют приобретать земли в приграничных территориях).

Собственники земельного участка могут владеть, пользоваться, распоряжаться им по своему усмотрению.

Все сделки с земельными участками осуществляются в соответствии с Земельным кодексом и Гражданским кодексом.

Любой земельный участок в частной собственности может быть изъят для государственных или муниципальных нужд. Изъятие происходит также в соответствии с Российским законодательством.

При работе над данной статьей мы выявили, что земля является основой всех экономических и социальных действий человека. Тема статьи раскрыта, т.к мы в полном объеме раскрыли понятие «земли» и «земельного участка как основы недвижимости». В статье мы рассмотрели юридические и экономические сущности земельного участка.

Список использованной литературы:

1. Гражданский кодекс РФ
2. Земельный кодекс РФ
3. Захарова Ю.Н. Анализ показателей ликвидности и платежеспособности / Ю.Н. Захарова, Е. А. Захаров // В сборнике: ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ. сборник статей международной научно - практической конференции: в 2 частях. 2016. С. 130 - 133.

4. Марченко А.В. Экономика и управление недвижимостью: Учебн. пособие. – Ростов н / Д: Феникс, 2012

5. Шуленин А.А. Государственное регулирование экономики регионов / Шуленин А.А., Яроменко Н.Н. // В сборнике: ПРОРЫВНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ НАУКИ сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 156 - 161.

6. Яроменко Н.Н. Роль ключевой ставки в деятельности организации / Яроменко Н.Н., Васильева Н.П. // В сборнике: Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа в России и за рубежом. Четвертая международная научно - практическая конференция студентов, аспирантов, преподавателей. 2015. С.239 - 244.

© Н.Н. Яроменко, 2017

© А.А.Дробышева, 2017

УДК33

Рыкун Г.Н.

д.и.н., профессор,

профессор кафедры туризма и гостиничного дела

Институт сервиса, туризма и дизайна

(филиал) ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский
федеральный университет», г. Пятигорск.

Дудиева С.А.

студентка 2 курса направления подготовки

43.03.03 «Гостиничное дело»

Институт сервиса, туризма и дизайна

(филиал) ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский
федеральный университет», г. Пятигорск.

РОЛЬ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В РАЗВИТИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема низкого уровня владения иностранным языком работниками сферы гостеприимства. Описываются тенденции развития международного туризма. Даются краткие рекомендации по решению обозначенной проблемы.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, туризм, международный туризм, иностранный язык, межкультурная коммуникация.

Развитие гостиничного бизнеса и туризма в мире идет семимильными шагами, и это не удивительно. Вклад их в экономику сравним с нефтегазодобывающей промышленностью и автомобилестроением. Именно поэтому страны, которые хотят стать лидерами или просто стараются укрепить свое положение на мировой арене, вкладывают в индустрию гостеприимства огромные силы и финансы.

Гостиничный бизнес невозможно представить без трех связанных с ним отраслей: туризма, транспортных предприятий и предприятий питания, зрелищ и т. п. Туристы и бизнесмены являются основной категорией посетителей средств размещения.

В последнее время в Россию приезжает все больше иностранцев. Государство активно занимается привлечением иностранных туристов в страну и развитием международного туризма. Об этом говорит активная деятельность, которая началась в связи с ожидающимся наплывом путешественников из Китая. Вот, что говорит об этом заместитель руководителя Ростуризма Сергей Корнеев: «Уже 2 года туристы из КНР лидируют среди иностранцев по числу посещений нашей страны. Причем их поток быстро растет. 2 года назад их было 400 тысяч. В прошлом году - в полтора раза больше. И это - только организованные группы» [9].

Известно, что ежегодно жители поднебесной оставляют в России не менее миллиарда долларов, но это ничтожно малая сумма, по сравнению с другими странами. Если говорить точнее, то нам достается лишь один процент из всей суммы.

Такая ситуация недопустима, учитывая то, что Россия как никакая другая страна привлекательна для китайцев своим историко - культурным наследием, а именно эпохой Ленина, эпохой СССР.

По подсчетам Росстата, второе место в рейтинге иностранцев, посещающих нашу страну, занимает Германия, третье – Америка. Статистика показала, что 2015 год стал рекордным за последние семь лет по числу путешествующих в Россию иностранцев. На сегодняшний день их число также возросло [6].

Все это говорит о том, что международные связи страны расширяются, а значит, возникает необходимость в специалистах, знающих иностранные языки. И сегодня одного английского языка уже мало. Рынок диктует новые правила, которым предприниматели должны подчиняться, чтобы остаться на плаву.

Иностранные языки - это один из самых важных факторов в развитии международного туризма. Все вышеперечисленные языки, кроме арабского являются основными языками Европы, а английский, французский, русский - основные языки Организации Объединенных Наций. Около 60 % населения Африки говорит на английском, французском и арабском, а общее количество языков и диалектов на всем африканском континенте превышает одну тысячу. Испанский и португальский - официальные языки стран Латинской Америки. Азия - это регион мира, где проживает примерно 60 % населения нашей планеты. Это континент контрастов. Это континент, где расположено 47 государств, население которых говорит более чем на ста языках, включая английский, французский и арабский. В то же самое время это - регион экзотического туризма, куда многие люди из разных стран мира приезжают отдыхать каждый год [7].

Никого уже не удивляет вопрос при трудоустройстве в отель: «А на скольких языках вы говорите?» Это же вы можете услышать, устраиваясь в известную турфирму или престижный ресторан. Иностранный язык – это средство коммуникации, а коммуникация – неотъемлемая часть работы в сфере гостеприимства. Персонал отеля должен не просто знать язык на разговорном уровне, но владеть специальной, деловой лексикой. Ведь помимо стандартного приветствия и клишированных фраз при регистрации гостей гостиницы высокого класса проводят презентации, переговоры, отвечают на

международные звонки, организуют деловые встречи на международном уровне и многое другое.

К сожалению, в России стоит острая проблема нехватки кадров, знающих хотя бы один иностранный язык – английский. И дело тут не столько в сотрудниках, сколько в самих отелях, которые пока не осознали всю важность владения иностранным языком и не требуют его знания от персонала.

В качестве примера можно привести гостиницы города Пятигорска, расположенного в регионе КМВ. Анализируя требования к кандидатам на должность администратора, мы увидели, что из 30 отелей лишь 10 из них включают пункт о знании иностранного языка. В эту десятку вошли бизнес - отель «Интурист» и отель «Бристоль».

Что касается китайских туристов, о которых говорилось выше, то на сегодняшний день специалистов, хорошо владеющих китайским языком, в Пятигорске нет. Это касается как отелей, так и турфирм. То есть стоит вопрос: кто и как будет налаживать коммуникацию с гостями, проводить экскурсии и прочее.

Не смотря на это, регион КМВ начал активно готовиться к их приему. В конце апреля 2017 года был проведен круглый стол, посвященный данной теме, где преподавательский состав Северо - Кавказского Федерального Университета совместно с администрацией города Пятигорска и другими приглашенными гостями обсудил острые вопросы, выявил проблемы и предложил пути их решения. Еще одним плюсом является наличие лингвистического университета в городе, который ежегодно выпускает специалистов, уже имеющих определенный опыт работы.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что знание иностранных языков для работников сферы гостеприимства является необходимостью. Совсем скоро настанет время, когда вопрос о знании английского языка будет также неуместен, как вопрос о владении компьютером. К сожалению, уровень знания иностранного языка в нашей стране достаточно низкий, но шаги к его повышению уже делаются.

Список использованной литературы:

1. Гаранина Е.Н. Гостеприимство - динамичная индустрия // Парад отелей. – 2013., с. 47.
2. Огаркова И.В., Зайченко А.Л. Роль маркетинговых исследований в изучении туристского рынка / Огаркова И.В. // В сборнике: Практические аспекты современного менеджмента. Материалы II международной научно - практической конференции. 2016. С. 14 - 22.
3. Огаркова И.В., Прудникова Н.Д. Роль инноваций в развитии санаторно - курортной деятельности / Огаркова И.В. // Современная наука и инновации. 2014. № 3 (7). С. 88 - 91.
4. Меняйлов А.А., Щербакова Д.А., Кучиева Э.Ю. Венчурное инвестирование в гостиничный бизнес / А.А. Меняйлов // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы – 2016. – С. 173 - 178
5. Меняйлов А.А., Карибова М.И., Кцоева М.В. Этапы развития сервисной деятельности в России / А.А. Меняйлов // Современные технологии в мировом научном пространстве – 2016. – С. 47 - 51

6. Рыкун, Г.Н. Исторические предпосылки формирования туристского кластера на Северном Кавказе во второй половине XX века / А.А. Меньяйлов, Г.Н. Рыкун // Новая наука: теоретический и практический взгляд - 2016. - С. 108 - 110.

© Рыкун Г.Н., Дудиева С.А.

УДК 338.439

Епифанцева А.С, Русакова А.Н., Дьяченко О.А.

Студентки 2 курса ФБП, НГУЭУ «НИНХ», г. Новосибирск, Российская Федерация

АНАЛИЗ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Питание – это важнейший фактор, влияющий как на здоровье и трудоспособность населения, так и на качество жизни. Поэтому отслеживание динамики потребления основных продуктов питания, оценка их доступности для населения, являются важным объектом изучения, позволяющим делать выводы об изменениях качества жизни в стране с течением времени.

Основные продукты питания – это продукты повседневного спроса, составляющие значительную часть рациона каждого человека. В Российской Федерации к основным продуктам питания относят: картофель, растительное масло, молоко и молокопродукты, мясо и мясопродукты, овощи, сахар, фрукты и хлебные продукты [2].

В данной статье анализируется потребление основных продуктов питания населением РФ в разрезе федеральных округов, реальное потребление сравнивается с нормами, рассчитываются коэффициенты удовлетворения физиологических потребностей. Анализ проведён за последние 5 лет.

Целью данной статьи является объективная оценка структуры потребления основных продуктов питания населением России в региональном разрезе.

Для достижения цели будут выполнены следующие задачи:

- анализ фактического потребления основных продуктов питания;
- сопоставление реального уровня потребления и рациональных норм;
- расчет и анализ уровня удовлетворения физиологических потребностей.

В таблице 1 представлено среднедушевое потребление основных продуктов населением РФ по федеральным округам за 2011 - 2015 гг., кг / год [5].

Таблица 1

Среднедушевое потребление основных продуктов населением РФ по федеральным округам за 2011 - 2015 гг., кг / год.

Регионы	Картофель					Раст. Масло					Молоко					Мясо				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Центральный ФО	104	106	106	105	107	14	14	14	14	15	22	23	23	22	22	72	75	77	76	76

Северо - Западный ФО	82	84	84	85	86	13	13	12	12	12	27	27	27	27	26	68	70	71	71	70	
Южный ФО	98	99	99	100	100	15	15	15	15	15	23	23	23	23	22	65	67	68	69	67	
Северо - Кавказск ий ФО	106	109	111	112	115	12	13	13	13	13	22	23	23	24	24	47	51	53	54	54	
Приволж ский ФО	119	123	123	123	125	14	15	15	15	15	28	28	28	27	27	60	62	64	63	62	
Уральски й ФО	108	109	108	105	102	13	13	13	14	13	20	21	21	21	20	63	66	67	67	65	
Сибирски й ФО	135	132	132	133	132	12	12	12	12	12	26	26	26	25	25	64	67	68	67	65	
Дальнево сточный ФО	123	125	125	128	125	13	13	12	12	12	19	19	19	19	19	71	74	76	75	74	
Крымски й ФО				115	112				12	12					183	163				52	48

Регионы	Овощи					Сахар					Фрукты					Хлеб					
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	
Централь ный ФО	97	100	101	101	102	44	44	44	44	43	63	64	68	66	63	117	117	117	119	120	
Северо - Западный ФО	89	92	92	92	92	38	39	38	38	38	61	63	66	65	61	103	103	102	101	99	
Южный ФО	142	145	145	146	148	42	43	43	43	42	79	80	81	81	78	123	123	122	122	121	
Северо - Кавказск ий ФО	158	166	169	170	171	45	44	43	43	43	54	54	58	61	60	128	128	126	127	126	
Приволж ский ФО	99	104	105	107	108	37	38	38	38	36	54	56	60	61	57	115	115	114	116	115	
Уральски й ФО	91	94	92	90	90	38	40	40	38	37	64	65	67	67	64	126	126	126	126	120	
Сибирски й ФО	101	101	102	102	102	35	35	35	34	34	46	46	48	48	46	129	129	127	125	123	
Дальнево сточный ФО	109	109	111	112	112	36	37	37	37	37	62	64	66	66	65	115	115	117	117	116	
Крымски й ФО				139	131					37	36				61	64				111	111

Если проследить динамику потребления по основным группам продуктов питания населением по федеральным округам за последние пять лет, то можно сделать вывод о том, что потребление изменяется как в положительную, так и в отрицательную сторону[4].

Каждый год наблюдается незначительное статистическое колебание потребление населением углеводонасыщенных продуктов, таких как: хлеба и хлебобулочных изделий, а так же картофеля, который больше всего употребляют Приволжский ФО (за 5 лет в среднем 122,6 кг на душу населения), Сибирский ФО (132,8 кг) и Дальневосточный ФО (125,2 кг). Наименьше всего этот продукт употребляется в Северо - Западном ФО (84,2 кг).

Показатели потребления растительного масла показывают, что все округа потребляют его почти одинаково, различия незначительны, примерно на 1 - 2 кг.

По потреблению молока лидирует Северо - Западный ФО (273,6 кг) и Приволжский ФО (279,4 кг). Низкие показатели потребления молока зафиксированы в Дальневосточном ФО (192,6 кг) и Крымском ФО (173 кг).

Мясо больше всего употребляется в Центральном ФО (75,2 кг) и Дальневосточном ФО (74 кг). Меньше всего зафиксировано в Северо - Кавказском ФО (51,8 кг) и Крымском ФО (50 кг).

По потреблению овощей лидирует Северо - Кавказский ФО (166,8 кг), самыми незначительными показателями обладают Северо - Западный ФО (91,4 кг) и Уральский ФО (91,4 кг).

Сахар практически во всех округах потребляется одинаково, различия незначительны.

Лидером в потреблении фруктов является Южный ФО (79,8 кг). Сибирский ФО потребляет фруктов меньше всего (46,8 кг).

Хлеб потребляется почти одинаково, но лишь в Северо - Западном ФО показатели самые низкие (101,6 кг).

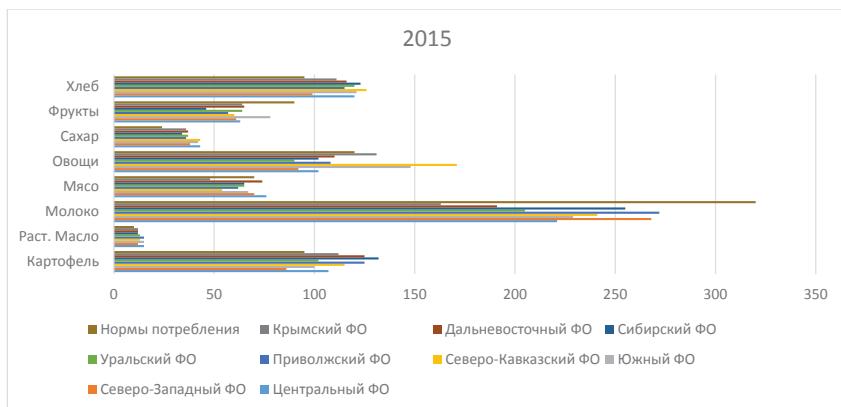


Рисунок 2. Потребление основных продуктов питания в РФ за 2015 г., кг / год

В соответствии с рекомендациями по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания, проведем сравнение фактического потребления основных продуктов питания за 2011 - 2015 гг. с нормами [1].

Ближе всего к норме потребления продукта находится значение потребления хлебных продуктов Северо - Западного округа, которое составляет около 103 кг / год, дальше всего значение потребления Сибирского ФО, равного 129 кг / год. За 2012 потребление

аналогично и не изменилось. Незначительно снизилось потребление хлебных изделий в 2013 году и составило в среднем по округам 118,6 кг / год, как и в 2012 - 2013 годах, высокое значение показателя по сравнению с рекомендуемыми нормами закрепилось у Сибирского ФО (127 кг / год), низкое значение осталось у Северо - западного ФО (102 кг / год). В 2014 году среднее значение показателя потребления составило 117, 8 кг / год, что выше нормы потребления, но ниже показателей потребления хлебных изделий за 2011 - 2013 гг. Снизилось потребление хлеба в 2015 по сравнению с предыдущими годами (116,8 кг / год) и приблизилось к рекомендуемой норме. Стоит заметить, что в 2015 году норме потребления соответствует значение показателя потребления хлебных изделий в Северо - Западном ФО и составляет 99 кг / год.

Показатель потребления картофеля за 2011 - 2015 приближен к рекомендуемой норме (95 кг / год) в Северо - Западном ФО и в среднем составил 84, 2 кг / в год, самым высоким значением показателя потребления картофеля по сравнению с нормой является Сибирский ФО (132,8 кг / год).

Ниже рекомендуемой нормы потребления молока (320 кг / год) за 2011 - 2015 гг. значения показателей всех 9 округов. Меньше всего удовлетворяет рекомендуемой норме потребление молока в Крымском ФО (173 кг / год в среднем за 2011 - 2015 гг.)

Что касается мясoproдуктов, то рекомендуемой норме (70 кг / год) соответствует потребление за 2011 - 2015 гг. в Центральном ФО (75,2 кг / год), Северо - Западном ФО (70 кг / год), Дальневосточном ФО (74 кг / год). Потребление мясoproдуктов располагается далеко от нормы в Крымском ФО (50кг / год).

Практически во всех округах потребление растительного масла удовлетворяет рекомендуемой норме (10 кг / год).

Меньше всего потреблялось овощей в Уральском ФО (91,4 кг / год), Северо - Западном ФО (91,4 кг / год), когда рекомендуемая норма потребления намного выше (120 кг / год), но и у других округов потребление овощей меньше нормы.

Почти в 2 раза выше нормы потребления сахара (24 кг / год) наблюдается за 2011 - 2015 гг. в Северо - Кавказском ФО (43,6 кг / год), Центральном ФО (44 кг / год).

Потребление фруктов за 5 лет меньше рекомендуемой нормы потребления (90 кг / год) в значительной степени наблюдается в Сибирском ФО (46,8 кг / год). Хотя и в других округах значения потребления далеки от нормы, мы можем сказать, что в России фруктам уделяется меньшее внимание.

Сопоставление фактического потребления ($q_{\text{факт}}$) отдельных товаров с нормативным уровне ($q_{\text{норм}}$) даёт возможность определить уровень удовлетворения потребностей населения в данном товаре за определённый период времени. Для этого рассчитывается коэффициент удовлетворения физиологических потребностей в основных продуктах питания (Кф):

$$K_{\text{фп}} = \frac{q_{\text{факт}}}{q_{\text{норм}}}$$

В результате расчёта данного показателя для федеральных округов получены данные, которые удовлетворяют разным параметрам (табл. 2):

1. **0,5 < Кфп. < 0,95** – допустимое значение
2. **0,95 < Кфп. = 1** – оптимальное значение
3. **Кфп. > 1** – высокое значение [1].

Таблица 2
**Коэффициенты удовлетворения потребностей населения РФ
 в основных продуктах питания за 2011 - 2015 годы.**

Показатели	Картофель	Раст. масло	Молоко	Мясо	Овощи	Сахар	Фрукт ы	Хлеб
Нормы потребления	95 - 100	10 - 12	320 - 340	70 - 75	120 - 140	24 - 28	90 - 100	95 - 105
2011 г.								
Центральный ФО	1,095	1,400	0,716	1,029	0,808	1,833	0,700	1,232
Северо - Западный ФО	0,863	1,300	0,847	0,971	0,742	1,583	0,678	1,084
Южный ФО	1,032	1,500	0,728	0,929	1,183	1,750	0,878	1,295
Северо - Кавказский ФО	1,116	1,200	0,706	0,671	1,317	1,875	0,600	1,347
Приволжский ФО	1,253	1,400	0,888	0,857	0,825	1,542	0,600	1,211
Уральский ФО	1,137	1,300	0,653	0,900	0,758	1,583	0,711	1,326
Сибирский ФО	1,421	1,200	0,828	0,914	0,842	1,458	0,511	1,358
Дальневосточный ФО	1,295	1,300	0,597	1,014	0,908	1,500	0,689	1,211
РФ	1,13	1,23	0,75	0,98	0,82	1,54	0,63	1,19
2012 г.								
Центральный ФО	1,116	1,400	0,728	1,071	0,833	1,833	0,711	1,232
Северо - Западный ФО	0,884	1,300	0,863	1,000	0,767	1,625	0,700	1,084
Южный ФО	1,042	1,500	0,741	0,957	1,183	1,792	0,889	1,295
Северо - Кавказский ФО	1,147	1,300	0,741	0,729	1,383	1,833	0,600	1,347
Приволжский ФО	1,295	1,500	0,884	0,886	0,867	1,583	0,622	1,211
Уральский ФО	1,147	1,300	0,659	0,943	0,783	1,667	0,722	1,326
Сибирский ФО	1,389	1,200	0,825	0,100	0,842	1,458	0,511	1,358
Дальневосточный ФО	1,316	1,300	0,600	1,057	0,908	1,542	0,711	1,211
РФ	1,14	1,25	0,75	1,02	0,84	1,54	0,64	1,19
2013 г.								
Центральный ФО	1,116	1,400	0,728	1,100	0,842	1,833	0,756	1,232
Северо - Западный ФО	0,884	1,200	0,866	1,014	0,767	1,583	0,733	1,074
Южный ФО	1,042	1,500	0,738	0,971	1,208	1,792	0,900	1,284
Северо - Кавказский ФО	1,168	1,300	0,741	0,757	1,408	1,792	0,644	1,326
Приволжский ФО	1,295	1,500	0,878	0,914	0,875	1,583	0,667	1,200
Уральский ФО	1,137	1,300	0,666	0,957	0,767	1,667	0,744	1,305
Сибирский ФО	1,389	1,200	0,819	0,971	0,850	1,458	0,533	1,337
Дальневосточный ФО	1,316	1,200	0,613	1,086	0,917	1,542	0,733	1,232
РФ	1,14	1,25	0,75	1,03	0,84	1,54	0,67	1,18
2014 г.								
Центральный ФО	1,105	1,400	0,706	1,086	0,842	1,833	0,733	1,253

Северо - Западный ФО	0,895	1,200	0,863	1,014	0,767	1,583	0,722	1,063
Южный ФО	1,053	1,500	0,731	0,986	1,217	1,792	0,900	1,284
Северо – Кавказский ФО	1,179	1,300	0,753	0,771	1,417	1,792	0,678	1,337
Приволжский ФО	1,295	1,500	0,866	0,900	0,892	1,583	0,678	1,221
Уральский ФО	1,105	1,400	0,659	0,957	0,750	1,583	0,744	1,284
Сибирский ФО	1,400	1,200	0,809	0,957	0,850	1,417	0,533	1,316
Дальневосточный ФО	1,347	1,200	0,603	1,071	0,933	1,542	0,733	1,232
Крымский ФО	1,211	1,200	0,572	0,743	1,158	1,542	0,678	1,168
РФ	1,14	1,25	0,74	1,02	0,85	1,54	0,67	1,18
2015 г.								
Центральный ФО	1,126	1,500	0,691	1,086	0,850	1,792	0,700	1,263
Северо - Западный ФО	0,905	1,200	0,838	1,000	0,767	1,583	0,678	1,042
Южный ФО	1,053	1,500	0,716	0,957	1,233	1,750	0,867	1,274
Северо – Кавказский ФО	1,211	1,300	0,753	0,771	1,425	1,792	0,667	1,326
Приволжский ФО	1,316	1,500	0,850	0,886	0,900	1,500	0,633	1,211
Уральский ФО	1,074	1,300	0,641	0,929	0,750	1,542	0,711	1,263
Сибирский ФО	1,389	1,200	0,797	0,929	0,850	1,417	0,511	1,295
Дальневосточный ФО	1,316	1,200	0,597	1,057	0,917	1,542	0,722	1,221
Крымский ФО	1,179	1,200	0,509	0,686	1,092	1,500	0,711	1,168
РФ	1,15	1,23	0,72	1,01	0,85	1,5	0,64	1,18

Оценивая таблицу 2, мы пришли к выводу, что коэффициент физического потребления в Федеральных округах на протяжении пяти лет имел стабильно высокое значение по следующим продуктам: картофель, масло, мясо, сахар, хлебные продукты. Подобная ситуация складывалась и в РФ (за исключением мяса).

Оптимальное значение коэффициента по Федеральным округам приходится лишь только на 2012 год по двум продуктам (молоко и овощи). В то время как в РФ данное значение коэффициента относится к одному продукту (мясу) в 2011 году. Допустимое значение коэффициента имеется в анализируемой области по молоку и молочным продуктам (начиная с 2013 по 2015 г.), а так же по фруктам - за весь рассматриваемый период.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что потребление основных продуктов питания в нашей стране возрастает с каждым годом для всех рассмотренных продуктов, за исключением молочных и хлебных продуктов. Больше всего увеличилось потребление фруктов и овощей.

По результатам исследования видно, что продуктами, в наибольшей степени превышающим рекомендации, являются картофель, растительное масло, хлебные изделия и сахар. Все другие соответствуют нормам потребления.

Но увеличение потребления не всегда является благоприятным фактором: важно, чтобы оно находилось в рамках, установленных Минздравом РФ, ведь чрезмерное потребление некоторых продуктов может пагубно отразиться на здоровье населения.

Для исследования оптимальности структуры питания населением различных территорий в сравнении возможно использование многомерных методов сравнительной оценки, например рейтингового анализа или машинных методов обнаружения закономерностей [4].

На сегодняшний день является важным и необходимым прогноз объема потребления основных продуктов, который дает оценку будущего на основе глубокого анализа тенденции развития социально - экономических явлений и их взаимосвязей.

Также представляется необходимым анализ сопоставления динамики потребления продовольствия с динамикой производства сельхозпродукции и динамикой оборота розничной торговли в стране и по регионам [3].

Список использованной литературы:

1. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 2 августа 2010 г. N 593н «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания» // Доступ из СПС «Консультант плюс».

2. Храмцова О.О. Потребление продуктов питания как показатель продовольственной безопасности региона // Бухгалтерский учет и аудит: прошлое, настоящее и будущее: сб. науч. ст. по мат - лам региональной науч. - практ. конференции «Актуальные проблемы и перспективы развития бух - галтерского учета, экономического анализа и аудита» : в 2 ч. – Ч. 2 / под ред. П.П. Баранова; Новосиб. гос. ун - т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. С. 170 - 176

3. Храмцова Т.Г., Храмцова О.О. Оценка развития оборота розничной торговли на региональном уровне // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. № 11 (83). URL: http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=3795

4. Храмцова Т.Г., Храмцова О.О. Статистический подход к сравнительной оценке деятельности региональных кооперативных организаций // Вестник НГУЭУ. 2012. № 2. С. 111 - 119.

5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>

© Епифанцева А.С, Русакова А.Н., Дьяченко О.А.

УДК 659

A.V. Erokhina

Institute of Business Studies of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Moscow), Russia

A.B. Erokhina

Институт Бизнеса и Делового Администрирования РАНХиГС при Президенте РФ (Москва), Россия

ADVANTAGES, DISADVANTAGES AND PROSPECTS OF INTERNET BANNERS IN ADVERTISING

Abstract. The article deals with the advantages and disadvantages of using internet banners as a medium of advertising. It also looks into the future of marketing campaigns in the Internet and explains the shift from banner advertisements to social display ads.

Keywords: Internet advertising, banner advertising, social display ads, banner blindness

Nowadays, in the wake of constantly developing technologies people start to surround themselves with different types of gadgets which they use everywhere they go: at work, at school, at university, during leisure time, on their way to and from work. This leads to the following consequences – on the one hand, people pay less attention to outdoor and TV advertisements as their eyes are glued to screen of their smartphone or pad and, on the other hand, companies need a new more innovative way to promote and advertise their products and attract younger audience which is almost always online [7, p. 4 - 5]. Moreover, many internet - based companies such as Facebook, Twitter, VKontakte and others need these advertisements to remain profitable. As a result, a banner advertising in the Internet has been developed.

The first important thing about this way of advertising is that the Internet has the advantage of being available to people around the world at all times and is not limited by geographic or time constraints. They do not have to be in a particular place to see billboard or poster and they do not have to sit near TV to see some show and thus various commercials inserted in it. They can for example stay in a queue, speak to somebody or listen to music and at the same time scroll down pages filled with banners and pop - ups.

Moreover, such type of advertising allows to address directly the target audience of the product. The Internet absorbs and analyses things that were searched by each user recently and starts to show him or her banners with advertisements which are closely connected to the topics that interested these users not long ago. This means that at first the Internet through its systems conducts research then provides a segmentation of the users according to their interests and targets them with most relevant and suitable advertisements. This is a huge benefit of internet banner advertising because the algorithm will connect company's products with the target audience and raise awareness among it.

Another advantage of internet advertising is that the content of this banners can be easily changed and adjusted in case something happened and some conditions has changed. On the contrary printed advertisements, leaflets, booklets and so on cannot be changed. Therefore, in comparison to many other types of advertising internet - based one is very flexible and the message on the banner can be rearranged as many times as the company needs it [1].

Furthermore, internet banners have huge potential in terms of interactive capabilities. When the banner appears on the screen and user aims mouse at it the image can change and some special effects may appear on the screen. This will definitely catch attention of the user and they will spend some time observing it which is very profitable especially in case it is branding and corporate advertising because even if a person does not click the button to go on company's website he or she will still remember the logo, name of the company or of a particular brand. It is very important as recognition of the brand or company's symbols is one of the major aims of marketing.

Another reason for the development of banner advertising in the Internet lies in rather different sphere. In essence it's inevitable that social networks such as Twitter, Facebook, Instagram and many others need to monetize to keep the lights on [3]. Thus, they are interested in convincing companies that internet advertising is effective and worth putting money in it.

However, as any other type of advertising internet banners also have quite serious disadvantages.

One of the special features of modern internet banner advertisements is that they allow to target a relatively young audience as people who are older are still more open to old types of advertising such as TV commercials, for example. However, the tendency is clearly changing and now Internet advertising allows to target people from 14 to 35 - year - old and people around this age are

considered to very good consumers and thus there are many companies which want to reach this segment [4]. So, actually, it is not a huge disadvantage and when modern generation gets older Internet advertising will be implemented for all ages.

Also, one of the problems is that despite the fact that internet banner advertising is relatively new it already exists for some time and many advertising campaigns repeat each other and as a result become boring and unattractive to the potential consumers. Therefore, the companies which launch new advertising campaigns need to come up with something unique, different and eye - catchy. In order to do so they need to invest more and more money in marketing and advertising, that leads to higher costs for the company which is definitely a negative outcome [7, p. 3 - 4].

The fundamental problem with banner ads is a condition called “banner blindness” meaning that our eyes are really quickly trained to look at what is most relevant on the page – the content we want to see. Once we get accustomed to read texts surrounded by distracting pictures we almost do not pay attention to them and consequently they do not work as efficiently as they theoretically should.

Moreover, the technology which identifies in what products a particular user is interested according to his or her search in the web is not ideal. There are a lot of situations when people search for something not because they want to buy it but for some other reasons. Therefore, they can become irritated if they are exposed to many advertisements on different websites which demonstrate things which does not coincide with their desires and needs.

In addition to that, nowadays Internet advertising is under attack and experiences significant pressure from ad blocking and ad injection technology [6]. If internet - based companies do not find some way to stop this devastating process the whole digital advertising could be significantly damaged in the very near future, threatening the economic foundation of companies like Facebook, Google, and YouTube and negatively effecting the reputation of this type of advertising as companies will be afraid of using it because it may not reach their target audience at all.

All these disadvantages have great impact on companies’ decisions to use internet banners and they are starting to shift for the banners on the sides of the webpage to social display ads which are placed inside the content which user observes normally and which cannot be blocked. Social display ads implemented through sponsored posts and promoted tweets on popular networks like Facebook, Instagram and Twitter are more efficient than regular website display ads for several reasons.

First, they generally appear within the activity stream and appear much the same as organic content, making them native to the user’s experience on that platform.

Second, because they’re in the stream, they’re greatly visible and are seen more often than sidebar ads, which is perfect for brand awareness. They outperform Google ads by far in terms of viewability; 56 % of AdWords ads are never seen [5]. Users can also interact with display ads socially by sharing, commenting or liking them. This activity serves as an important endorsement and exposes the paid content to the person’s network of contacts.

To succeed in this social arena, marketers must put great emphasis on the imagery they’re using in their promoted posts ads. Optimizing for involvement is key to success, as Facebook and Twitter each have their own version of ads quality score (for Facebook, this is their Relevance Score). Interesting, compelling images that inspire people to click and interact with the ad will help boost this Relevance Score, generating more ad impressions and lowering overall campaign costs.

On Twitter, bright colors work incredibly well in ad images and can help generate up to 10x the retweets [2]. Therefore, this is a huge deal in social arena – when you can get people not only viewing but sharing, distributing and broadcasting your content, you get a far larger organic audience without having to pay for it.

Taking everything into consideration, internet banner advertising despite being relatively new in comparison with the other ways of delivering advertising message has a lot of advantages such as availability all over the world, direct targeting of a specific group, adjustable content, interactive capabilities and many others. Nevertheless, it is not ideal and people get bored with it, start pay less attention to it due to banner blindness and use ad blocks to remove it completely. The most proactive companies have already shifted from banners to social display ads as they are thought to be even better because their concept eliminates some disadvantages of internet banners. Although it does not mean the end of internet banners it is still a big developing segment which will continue to grow with the development of internet technologies.

References:

1. Halbrooks G. How to Sell Online Advertising // The balance – 30.11.2015
2. Haruki Oh & Chanh Nguyen. Influence of Retweets // Stanford University
3. How does Facebook make money <https://www.quora.com/How-does-Facebook-make-money>
4. Jackson J. Know your audience: How the digital native generation consume media // TheMediaBriefing – 30.07.2013
5. Kantrowitz A. 56 % of Digital Ads Served Are Never Seen, Says Google // AdvertisingAge – 03.12.2014
6. Rosenwald M. The digital media industry needs to react to ad blockers ... or else // Colombia Journalism Review – 08.2015
7. Thales S. Teixeira. The Rising Cost of Consumer Attention: Why You Should Care, and What You Can Do about It // Harvard Business School – 2014

© А.В. Ерохина / A.V. Erokhina, 2017

УДК 658.15

В.В. Ерыгина

студентка 3 курса НГУЭУ

Научный руководитель: **Н.С. Васильева**

ст.пр. кафедры корпоративного управления и финансов НГУЭУ

г. Новосибирск, Российская Федерация

АКТУАЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ОСТАТКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Платежеспособность характеризует возможность и готовность организации своевременно и в полном объеме выполнять свои финансовые обязательства [7, с.495]. Существует несколько факторов, влияющих на уровень показателей платежеспособности

организации. Это, в свою очередь, говорит о важности анализа денежных остатков организации как самой ликвидной части оборотных активов предприятия [4, 5].

В рамках исследования с помощью системы «Скрин» были сформированы совокупности ОАО по отраслям «Сельское хозяйство» и «Транспортировка и хранение» с данными за период 2011 - 2015гг., после чего был проведен расчет индекса M - score. Для организаций, сознательно искажающих свою отчетность, M - score должен превышать значение «-1,78» [1, с.6]. С учетом данного условия, из дальнейшего анализа были исключены организации с признаками манипулирования отчетностью, а также организации с отрицательными показателями валовой и чистой прибыли, собственного капитала и сальдо денежных потоков от текущих операций.

Таким образом, было сформировано три совокупности: общая совокупность (с исходными данными), совокупность организаций по M - score с включением организаций с отрицательными показателями и совокупность организаций по M - score с исключением таких показателей.

Далее в рамках исследования был проведен анализ формирования денежных остатков по каждой совокупности обеих отраслей. Исследуемые организации условно были разделены на пять групп: организации с нулевыми денежными остатками – группа 1; с денежными остатками в интервале (0; 100.000) ден.ед. – группа 2; [100.000; 1.000.000) ден.ед. – группа 3; [1.000.000; 10.000.000) ден.ед. – группа 4; свыше 10.000.000 ден.ед. – группа 5.

Следствием возникновения денежных остатков у организаций являются издержки различного рода [2, 3, 6, 8]. Таким образом, выявленные в процессе анализа как незначительные, так и существенные по величине денежные остатки организаций свидетельствуют об актуальности вопроса возникновения издержек вследствие формирования денежных остатков организаций.

Первым шагом в рамках анализа формирования денежных остатков организаций стал расчет таких показателей, как: минимальное, максимальное значение и медиана удельного веса денежных остатков в активах организации, удельный вес организаций с удельным весом денежных остатков в активах менее 1 % , а также удельный вес организаций с положительным / нулевым / отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности.

В результате проведения расчетов было выявлено, что удельный вес организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности ежегодно на протяжении 2011 - 2015гг нарастает с ростом абсолютной величины денежных остатков организаций. При этом, удельный вес организаций с нулевым или отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности с ростом абсолютной величины денежных остатков организаций уменьшается. Данный факт позволил сделать предположение о том, что причиной формирования наименьшей или наибольшей величины денежных остатков организаций является соответственно нулевое / дефицитное или положительное сальдо денежных потоков по текущей деятельности.

Следующим этапом стал анализ инвестиционной активности, краткосрочных обязательств и кассовых разрывов организаций. По результатам анализа организаций первой группы был выявлен факт высокого удельного веса организаций с нулевым сальдо денежных потоков от текущих операций. Кроме того, организации первой группы имеют

высокий удельный вес краткосрочных обязательств в своих активах. Организации с нулевыми денежными остатками имеют крайне низкий уровень платежеспособности.

По результатам анализа организаций второй группы в числе организаций с отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности, входящих в первую и вторую совокупности, были выявлены инвестиционно активные организации. К тому же, некоторая часть этих организаций характеризуется значительной величиной оттока денежных средств по инвестиционной деятельности. В каждой группе были выявлены существенные кассовые разрывы в денежных потоках. Среди организаций третьей совокупности инвестиционно активных организаций выявлено не было. Таким образом, все вышеперечисленные факторы позволяют охарактеризовать организации второй группы как организации с низким уровнем платежеспособности.

При исследовании организаций третьей, четвертой и пятой групп наблюдается обратно пропорциональная ситуация, т.е. существенные денежные остатки позволяют охарактеризовать данные организации как организации с высоким уровнем платежеспособности.

В результате проведенной работы были получены следующие выводы:

1. Вопрос управления денежными остатками организаций является актуальным, что обусловлено большим количеством организаций, у которых возникают денежные остатки.

2. По результатам анализа были выявлены организации с незначительными денежными остатками и низким уровнем платежеспособности, а также организации с существенными денежными остатками и высоким уровнем платежеспособности.

3. Выявленные в процессе анализа как незначительные, так и существенные по величине денежные остатки организаций свидетельствуют об актуальности вопроса возникновения издержек вследствие формирования денежных остатков организаций.

Список использованной литературы:

1. Алексеев М.А. Опыт оценки отчетности российских предприятий с помощью индекса манипулирования // Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития: материалы III Международной научно - практической конференции преподавателей, аспирантов и магистрантов (Новосибирск, 8 декабря 2015 г.). – Новосибирск: Изд - во СГУПС, 2015. – С.3 - 11.

2. Бланк И.А. Управление денежными потоками. – К.: Ника - Центр, Эльга, 2002. – 736с.

3. Бриггем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент. Полный курс в 2 - х томах. – СПб.: Экономическая школа, 1997. – 987с.

4. Васильева Н.С. К вопросу о методических основах резервирования денежных средств организации // Научные исследования и разработки в эпоху глобализации: сборник статей международной научно - практической конференции (5 февраля 2016 г., г. Киров). / в 3 ч. Ч1. – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – С.68 - 71.

5. Васильева Н.С. Методический подход к формированию резервного остатка денежных средств организации // Перспективы развития теории и практики бухгалтерского учета в инновационной экономике: сб. науч. тр. по материалам международной научно - практической конференции / под ред. А.А. Шапошникова. – Новосибирск: НГУЭУ, 2013. – С.79 - 88.

6. Ендовицкий Д.А. Финансовые резервы организации: анализ и контроль: научное издание / Д.А. Ендовицкий, А.Н. Исаенко; под ред. проф. Д.А. Ендовицкого. – М.: КНОРУС, 2007. – 304с.

7. Мазурина, Т.Ю., Скамай, Л.Г., Гроссу, В.С. Финансы организаций: Учебник. – М.: ИНФРА - М, 2015. – 528с.

8. Росс С. и др. Основы корпоративных финансов / Пер. с англ. - М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2000. – 720с.

© В.В. Ерыгина, 2017

УДК 338.332

Л. И. Заббарова

Магистрант кафедры ЭУ

Е.Ю.Гирфанова

к.п.н., доцент кафедры ИПФМ

Нижнекамский химико - технологический институт (филиал) КНИТУ

Казанский национальный исследовательский технический университет

г. Казань, Российская Федерация

ВИДЫ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА

Цель финансового анализа - ключевые, информативные параметры, которые дают точно объективную картину финансового состояния компании, изменения в структуре активов и пассивов, прибыль и убытки, расчеты с должниками и кредиторами.

Этапы финансового анализа:

- определение целей финансового анализа;
- определение точных терминов, используемых в финансовом анализе;
- сбор необходимых данных;
- проверка корректности собранных данных.

В зависимости от конкретных задач финансового анализа отвечает за:

- регулярный финансовый анализ (отчет об эффективном финансовом управлении компанией на основе результатов деятельности в определенные сроки);
- экспресс - анализ (получение представления финансового положения компании за 1 - 2 дня на основе форм внешней бухгалтерской отчетности);
- ориентированный финансовый анализ (решение приоритетных финансовых проблем компании (оптимизация дебиторской задолженности на основе основных форм внешней финансовой отчетности, раскрытие бухгалтерских позиций, связанных с этой проблемой));
- финансовый анализ - часть общих исследовательских бизнес - процессов компании (получение всесторонней оценки всех аспектов деятельности компании: производство, сбыт, маркетинг, финансы, персонал и менеджмент);

– комплексный финансовый анализ (получение всесторонней оценки финансового положения компании за 3 - 4 недели на основе внешних бухгалтерских отчетов, стенограммы статей отчетности, сообщающих результаты независимого аудита);

В зависимости от указанных направлений финансовый анализ может проводиться в следующих формах:

– планово - факторный анализ (выявление причин отклонения показателей от плановых и его оценки);

– перспективный анализ (необходимый для изучения финансовых планов, надежности и обоснованности позиции текущего состояния и существующего потенциала);

– ретроспективный анализ (предназначенный для решения проблем финансового состояния компании и анализа текущих тенденций);

В практике финансового анализа разработаны основные методы чтения финансовых отчетов, такие как:

– вертикальный анализ;

– горизонтальный анализ;

– метод финансовых коэффициентов;

– сравнительный анализ;

– анализ тенденций;

– факторный анализ.

Вертикальный (структурный) анализ - определение структуры итоговых финансовых показателей для определения влияния каждой отчетности по позициям на результаты в целом.

Горизонтальный (временной) анализ - сравнение каждой позиции с предыдущего периода.

Анализ относительных показателей (коэффициентов) - расчет взаимосвязей в отчетности данных, определение взаимосвязей показателей.

Сравнительный (пространственный) анализ - это как внутривозможностное сравнение отдельных показателей компании, дочерних компаний, отделов, подразделений и межхозяйственного сравнения фирмы с показателями конкурентов, средними экономическими данными.

Анализ тенденций - сравнение каждой позиции из ряда предыдущих периодов и обнаружение тенденции, то есть индикатор основных тенденций, свободный от случайных эффектов и индивидуальных характеристик разных периодов. С помощью тенденции ведется перспективный, прогнозный анализ, так как формируются возможные значения показателей в будущем.

Факторный анализ - анализ влияния отдельных факторов на продуктивный показатель с использованием детерминированных или стохастических методов исследования. Факторный анализ может быть прямым, то есть состоит в фрагментации результирующего показателя в его составные части и наоборот, когда некоторые элементы объединяются в общую эффективную ставку.

Анализ финансового состояния предприятия имеет первостепенное значение для широкого круга пользователей, внутренних и внешних для компании (партнеров, управленцев, инвесторов и кредиторов).

Список использованной литературы:

1. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. Финансы и статистика. М.: 2004.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности. Учебное пособие. М.: ИНФРА - М, 2004. - С.87.
3. Справочник финансиста предприятия. 3 - е изд., доп. и перераб. ИНФРА - М, 2004.
© Л. И. Заббарова, 2017
© Е.Ю. Гирфанова, 2017

УДК 338.332

Л. И. Заббарова

Магистрант кафедры ЭУ

Е.Ю.Гирфанова

к.п.н., доцент кафедры ИПФМ

Нижнекамский химико - технологический институт (филиал) КНИТУ

Казанский национальный исследовательский технический университет

г. Казань, Российская Федерация

ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА

Узкое понимание термина «финансовая деятельность» можно рассматривать с точки зрения представления данных в документе «Отчет о денежных потоках», в котором все виды деятельности предприятия делятся на текущие, финансовые и инвестиционные.

Текущая деятельность, направленная на получение прибыли в качестве основной цели (выполнение строительных, монтажных, производственных, арендных, торговых, общественных и других), но у некоммерческих организаций текущая деятельность не всегда бывает связана с прибылью (учреждения культуры, спорт, учебные заведения, сельскохозяйственные заготовки и т. д.)

Под финансовой деятельностью понимается деятельность, связанная с краткосрочными финансовыми вложениями: выпуск облигаций, других ценных бумаг краткосрочного характера, а также выбытие ранее приобретенных акций или облигаций на срок до 12 месяцев.

Инвестиционная деятельность - это деятельность, связанная с капиталовложениями организации в связи с приобретением нематериальных активов и внеоборотных активов, земли, зданий, оборудования и продаж, с осуществлением долгосрочных финансовых вложений в других организациях, выпуском облигации и ценных бумаги долгосрочного характера.

Кроме того, термин «финансовая деятельность» может рассматриваться как финансово - экономическая (хозяйственная) деятельность организации в общем. Существует комплексный подход к пониманию финансовой деятельности: все виды деятельности подразделяются на финансовые и производственные. По сравнению с первым вариантом

осуществления это разделение действий может не иметь четких границ. Так В. В. Ковалев в своей книге освещает финансовую деятельность и бизнес и предлагает различать компоненты экономического анализа, такие как финансовый анализ и анализ хозяйственной деятельности.

Что такое финансовая деятельность? Это деятельность, связанная с движением финансовых ресурсов организации, которая представляет собой денежные доходы и поступления, предназначенные для финансирования обязательств организации перед правительством, сотрудниками, подрядчиками, кредитными учреждениями и другими экономическими агентами экономики, а также затраты на внедрение для развития передовых процессов производства.

Круг лиц, участвующих в финансовой деятельности организации, неоднороден, поэтому существует потребность в изучении экономики организации с различными позициями. Поставщики и подрядчики, заинтересованные в вопросе о финансовом статусе организации, ее платежеспособности; инвесторы и владельцы в дополнение к финансовому состоянию также заинтересованы в эффективности деятельности: доходные инвестиции и дивиденды; менеджеры компаний - конкурентоспособность продукции (работ, услуг), а также рентабельность и оборот средств; государство - надежность организации как налогоплательщика и предоставление новых рабочих мест.

Существуют два основных подхода к анализу финансовой деятельности предприятия. Первый подход понимается в более широком смысле и охватывает все разделы аналитической работы, которые включены в систему финансового управления, связанную с финансовым управлением субъекта в контексте окружающей среды, включая рынок капитала. Второй подход - финансовый анализ ограничивает сферу его применения анализом бухгалтерской отчетности.

Финансовый анализ - набор аналитических процедур, которые основаны на имеющейся информации для принятия управленческих решений для оптимизации своей деятельности, оценки состояния и эффективности использования экономического потенциала предприятия. Процесс организации, реализации и функционирования финансового анализа на предприятии базируется на определенной организационно - методической основе, в том числе на многих элементах, которые взаимодействуют друг с другом, формируя определенную целостность, единство.

При комплексном анализе финансовая деятельность включается в бухгалтерский баланс (форма №1) и отчет о прибылях и убытках (форма №2). Баланс позволяет вам получать информацию о финансовом и имущественном состоянии организации в прошлом и делать прогнозы на будущее; Отчет о прибылях и убытках представляет собой запись одного из балансовых отчетов - нераспределенной прибыли (непокрытый убыток), позволяет оценить, через какие действия был получен финансовый результат деятельности организации.

Главная задача экономического и финансового анализа - выявление возможностей повышения эффективности функционирования предприятия посредством рациональной финансовой политики.

С помощью финансового анализа для объективной оценки внутренних и внешних отношений объекта: для характеристики его платежеспособности, эффективности, доходной деятельности организации и перспектив развития, а также по результатам принятия решений.

Финансовый анализ - это процесс, который основан на данных исследования финансового состояния организации и результатов ее деятельности в прошлом для оценки будущих условий и результатов деятельности. Главная задача финансового анализа -

снижение неопределенности, связанной с принятием экономических решений, ориентированных на будущее.

Финансовый анализ позволяет оценить:

- достаточность капитала для текущей и долгосрочной деятельности;
- деловой риск;
- имущественный статус организации;
- способность наращивать капитал;
- необходимость в дополнительных источниках финансирования;
- рациональность привлечения заемных средств;
- обоснованность распределения политики и использования прибыли;
- обоснованность выбора инвестиций и т. д.

В широком смысле финансовый анализ может быть использован в качестве:

- инструмента поддержки краткосрочных и долгосрочных решений и целесообразности инвестиций;
- как средство оценки навыков и качества управления;
- как способ предсказать будущие результаты.

Список использованной литературы:

1. Бочаров, В.В. Финансовый анализ. Учеб. пособие. - СПб.: Питер, 2002.
2. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа. - М.: ИНФРА - М, 2002.
3. Ковалев, А.И. Анализ финансового состояния предприятия. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1999.

© Л. И. Заббарова, 2017

© Е.Ю. Гирфанова, 2017

УДК 332.1

В.С. Зенов, студент 4 курса факультета ПГС
Московский государственный строительный университет
г. Москва, Российская Федерация

С.С. Стрелка, студент 4 курса факультета ИАФ
Московский государственный строительный университет
г. Москва, Российская Федерация

В.С. Ратомская, студентка 4 курса факультета ПГС
Московский государственный строительный университет
г. Москва, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ И ИХ ВОЗМОЖНОЕ КОМПЛЕКСНОЕ РЕШЕНИЕ

Аннотация

В данной статье рассматривается проблемы свойственных малым городам РФ, в частности моногородам. Оценивается место и важность малых городов для страны, а также предлагается ряд мер, позволяющих повысить уровень жизни населения в них. Малые

города – это населенные пункты с количеством жителей менее 50 тыс. человек, большую часть таких городов в РФ составляют моногорода.

Ключевые слова

Малые города РФ, Моногород, экономические проблемы малых городов, промышленность и инфраструктура.

Для моногорода характерна занятость не менее четверти экономически активного населения на предприятии, на долю которого приходится более половины промышленного производства [1]. На данный момент отмечен рост числа малых городов (788 в 2016г. против 781 по итогам переписи 2010г.). В первую очередь он связан с вхождением в состав РФ Автономной Республики Крым, а также с уменьшением численности населения средних городов и соответственно переходом средних в малые[2]. Тем не менее, наблюдается существенный отток населения из малых и средних в крупнейшие и города – миллионеры[3].

До сих пор нет общепринятой типологии характерных для малых городов проблем. Исследователи выделяют отдельные типы или группы близких по характеру проблемных явлений, какие как экология, демография, экономика и т.д., не рассматривая в комплексе весь круг проблем, характерных для малого города. Однако можно выделить проблемный набор, актуальный для каждого малого города:

- 1) значительная ограниченность экономической базы и сложность в привлечении квалифицированных кадров и обеспечения должного финансирования;
- 2) преобладание одной отрасли промышленности, что означает полную зависимость поселения от градообразующего предприятия (характерно для моногородов РФ);
- 3) технологическая отсталость предприятий, высокий уровень износа оборудования;
- 4) неутешительная демографическая ситуация, вызванная миграции трудоспособного населения и молодежи в более крупные центры, отсталостью институтов здравоохранения и социальной защиты;
- 5) дефицит рабочих мест и рост безработицы;
- 6) низкий уровень развития инфраструктуры и социокультурной сферы;
- 7) для части городов свойственна крайне неблагоприятная экологическая ситуация.

Переживаемый страной кризис, негативно отразился на малых городах, они фактически находятся в состоянии деградации и постепенного вымирания. При этом экономическая и социальная нестабильность особенно заметна в моногородах, где заработная плата ниже, чем в областных центрах, а число рабочих мест неуклонно сокращается, особенно в условиях вынужденного простоя предприятия. Многолетний дефицит бюджета города в свою очередь привел к существенному отставанию уровня жизни, качеству жилищных условий и инфраструктуры. Уровень жизни значительно (в 1.5 - 2 раза) ниже, чем в крупных городах[4]. Все это вызывает желание сменить место проживания и работу.

Поддержка экономики малых городов важна:

- 1) для обеспечения продовольственной безопасности страны. Реализация Федеральной программы развития аграрного сектора экономики потребует развития не только сельских населенных пунктов, но и небольших городов как местных хозяйственно - экономических центров;
- 2) для расширения инновационной сферы деятельности, когда особое значение принимают малые города - наукограды;

- 3) для решения задач, связанных с оборонным комплексом страны;
- 4) для сохранения культурного наследия России. Малые города, имеющие многовековую историю, являются носителями историко - культурных традиций, а значит, могут быть привлекательными для туристов.

Инициатором восстановления малых городов должны стать региональные и муниципальные органы государственные власти. Необходимо содействовать активизации экономического потенциала малых и средних городов, создавать в них новые рабочие места, развивать малоэтажное строительство доступного жилья. Сохранение населения малых городов поможет государству не допускать чрезмерного роста больших городов и стабилизировать социально - экономическое положение в сельской местности благодаря развитию городов — районных центров.

Этого можно добиться при выполнении следующих условий:

- 1) разработки соответствующей нормативно - правовой базы, обеспечивающей условия устойчивого социального, экономического и культурного саморазвития путем активизации собственных экономических возможностей в сочетании с политикой государственной поддержки проблемных городов;
- 2) сочетания целенаправленной помощи федеральных и региональных властей с ценными местными инициативами;
- 3) оказания должной поддержки малому бизнесу, а также обеспечение инвестиций в промышленность.

Список литературы

1. Проблемы моногородов растут [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://polytika.ru/info/59833.html> (дата обращения: 12.05.2017).
2. Википедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Города_России. (дата обращения: 12.05.2017).
3. Об итогах Всероссийской переписи населения 2010 года [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.html. (дата обращения: 12.05.2017).
4. О составе затрат на рабочую силу: справочник. Росстат, 2013.

© В.С. Зенов, С.С. Стрелка, В.С. Ратомская, 2017

УДК 331.5

Игнатенков Г.К.

студент 4 курс Факультет Экономики, Управления и Права
ФГОУ ВО «Российский Государственный Университет Туризма и Сервиса»
г. Москва, Российская Федерация

О РАЗВИТИИ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ В 2017 ГОДУ

Итоги 2016 года на рынке труда в России показали, что год прошёл относительно спокойно, без каких - либо резких изменениях. По данным исследований Deloitte, 66 %

российских компаний в 2016 г. не проводили сокращения или же уволили не больше 5 % сотрудников. Если бизнес успел отреагировать на стабилизацию экономического курса, то о работниках этого не скажешь. Напуганные сокращениями персонала в 2014 - 2015 гг. россияне держатся за свои нынешние рабочие места, даже если их не очень устраивают условия труда и зарплата. В то же время работодатели, даже имея потребность в персонале, не могут предложить существенных улучшений в зарплате и компенсационном пакете, поэтому и мотивация к смене компании у работающих людей низкая.

В то же на рынке труда наблюдались и положительные изменения, такие как увеличение зарплатного предложения, которое к концу 2016 года возросло в целом по стране на 4,7 % по сравнению с 2015 годом.

По сравнению с 2015 зарплата россиян выросли на 12 % (по данным Росстата). Несмотря на положительную динамику, мы по - прежнему отстаем не только от США и Японии, но даже от Польши, Грузии, Эстонии и Турции. Тенденция к увеличению разрыва между двумя столицами и регионами сохранилась. Примерная цифра по всей России составляет 36 тысяч рублей, разбивка по федеральным округам выглядит следующим образом:

Центральный: 43 тыс. руб.;

Северо - Западный: 39 тыс. руб.;

Дальневосточный: 39 тыс. руб.;

Уральский: 39 тыс. руб.;

Сибирский: 30 тыс. руб.;

Приволжский: 25 тыс. руб.;

Южный: 25 тыс. руб.;

Северокавказский: 20 тыс. руб.

Разумеется, среднее значение не дает полной картины: в Уральском федеральном округе жители Курганской области получают около 22 тысяч рублей, а в Ямало - Ненецком АО – более 70.

Состояние рынка труда оказывает непосредственное влияние на «социально - психологический» климат в стране.[1,с. 231] 2017 год безусловно станет годом роста спроса для одних отраслей и спадом для других отраслей.

Отрасли, на которые будет спрос у работодателей в 2017 году:

1) Работники сферы информационных технологий. С постоянным развитием этой отрасли в России, спрос неуклонно будет расти и в 2017 году.

2) Работники горнодобывающей отрасли. Будет расти потребность в геологах, специалистах по разведке и разработке новых месторождений, теоретиках и практиках по совершенствованию процессов поиска и разработки полезных ископаемых.

3) Инженерно - технические специалисты в промышленном производстве. Будут требоваться на предприятия машиностроения, легкой и пищевой промышленности

4) Банковская сектор. Банки будут нуждаться в антикризисных управленцах, специалистах по работе с проблемной задолженностью

5) Работники розничной и оптовой торговли.

6) Налоговое и международное право потребует квалифицированных юристов.[3]

Падение спроса будет наблюдаться:

1) Развитие электронного учета продолжит начавшееся годом ранее падение спроса на бухгалтеров первичного учета; к 2020 году прогнозируется сокращение спроса на делопроизводителей и бухгалтеров первичного учета втрое во всех отраслях экономики.

2) Остановка роста потребности в квалифицированном рабочем персонале на промышленных предприятиях. С 2018 года начнется сокращение этой категории персонала.

3) Активное развитие информационных технологий существенно сократит потребность в специалистах по внесению и обработке первичной информации; в ближайшие годы сократится до 70 % количество нынешних операторов внесения и обработки информации

4) Автоматизация отдельных процессов снизит потребность в сотрудниках call - центров.[2]

Меняются и запросы соискателей. Если раньше была тенденция каждые год - два менять работу, если что - то не устраивает, то сейчас ценность рабочего места выросла. Денежный фактор остается для соискателей ключевым, но все более значимым становится и атмосфера на рабочем месте, особенно для молодых специалистов. Меньше внимания потенциальные сотрудники уделяют и социальному пакету, и его составляющим. Главное – стабильность.

В целом на рынке будут наблюдаться не столь значительные изменения. Однако можно сказать о том, что эти изменения внесут весомое значение в будущее рынка труда в России. Многие рабочие процессы автоматизируются, люди заменяются роботизированной техникой и информационными технологиями, что ведёт к смещению ориентиров рынка труда. В России автоматизация будет проходить медленнее, чем в более развитых странах, но она неизбежна и существенно изменит структуру рынка труда.

Список использованной литературы:

1. Селимова С. А. Проблемы рынка труда в Российской Федерации и направления их решения. Научное сообщество студентов: материалы IX Междунар. студенч. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 31 мая 2016 г.) Издательство: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — С. 229–233.

2. «РИА Новости» — информационное агентство - Москва [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/economy/20161223/1484484719.html> (Дата обращения: 04.05.2017)

3. Российское интернет - издание. РусДиалог.ру [Электронный ресурс] URL: https://www.rusdialog.ru/news/96860_1487152200 (Дата обращения: 04.05.2017)

© Игнатенков Г.К., 2017

УДК 338.49

В.К. Игнаткина

студентка 2 курса ФКЭП

Новосибирский государственный университет экономики и управления
Г. Новосибирск, Российская Федерация

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО - ОРИЕНТИРОВАННОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Одной из тенденций современной рыночной экономики является ужесточение конкуренции между производителями. Завоевывать потребительский спрос, ориентируясь

только на производство - неэффективно. Поэтому, все большее внимание компаний уделяется развитию корпоративной социальной ответственности, маркетингу и рекламе.

Сейчас многие исследователи выдвигают мнение о том, что массовый маркетинг уже не воздействует на потребителя. Из аргументов можно привести следующие: широкое распространение получают слабо дифференцированные товары и товарные марки; снижается эффективность рекламы; понижается уровень приверженности избранной марке; повышаются затраты на персональную коммуникацию; растет число магазинов и торговых центров [3]. Именно поэтому широкое развитие получает концепция социально - ориентированного маркетинга.

Концепция социально - ориентированного маркетинга возникла из общей теории социально - ориентированной экономики, предполагающая комбинацию элементов двух диаметрально противоположных экономических моделей. С одной стороны, такая комбинация должна включать в себя механизмы оптимизации экономической деятельности с позиций достижения заданных финансовых результатов. С другой – обеспечение выполнения ряда социальных функций. Такое агрегирование подразумевает объединение в единый комплекс определенного набора рыночных и нерыночных регуляторов.[4]

Свое развитие концепция социально - ориентированной экономики начинает в Германии в середине XX века в послевоенный период. Начиная с 1948 года правительство Германии начинает возрождение и реформирование экономики страны. Особый вклад в развитие концепции внес Людвиг Эрхард, выдвигавший идею комбинирования умеренного государственного регулирования и свободного рынка. Роль государства складывалась из "косвенной" регуляции рыночных отношений, т.е. без непосредственного участия, но под внимательным контролем в ценообразовании, в соблюдении условий свободной конкуренции, гарантировании экономико - социальных прав граждан, а также запрета монополизации торговли.

Так, уже к 1953 году данная реформа дала плоды. Увеличилась производительность труда, объем производимой продукции и заработная плата. Разгромленная послевоенная Германия показывает впечатляющие темпы экономического роста и к 1960 году уверенно конкурирует с США. После этого удачного опыта и другие западные страны стали развивать социально - ориентированный рынок.

В это время начинает свое развитие и социальный маркетинг. В послевоенное время спрос на товары и услуги значительно вырос. Обосновывалось это тем, что круг необходимых товаров не ограничивался больше предметами первой необходимости, а расширялся по мере роста предпочтений покупателей. Стало очевидно, что изучение интересов и предпочтений потребителей приведет к увеличению объемов продаж, а соответственно и к прибыли. Социально - ориентированный маркетинг начал проникать во все сферы производства, сбыта и услуг.

Для России переломным моментом в начальном становлении маркетинга становятся 1990 - е. Происходит переход к рыночной экономике, ликвидация директивной формы управления, отход от жесткого регулирования экономики - все это требовало разработки новой маркетинговой концепции, которая позволит в кратчайшие сроки наладить эффективные связи между потребителями и продавцами.

Главными проблемами экономики России по сей день являются невысокий уровень инфраструктуры, низкое качество продукции, высокие цены и отсутствие развитого

конкурентного пространства. Также, стоит отметить, что, зачастую, отечественные производители строят маркетинговые исследования и рекламу для уже существующих товаров. Реклама, в таком случае, носит лишь информационный характер и не представляет из себя "стимулятора" для покупки. Так, попытки российских предприятий, реализовывать маркетинговую стратегию для низкосортных и дорогих товаров, совершенно неэффективны. Потребители, в большинстве своем, предпочитают зарубежных производителей.

Отметим еще одну проблему Российских предпринимателей - правовой нигилизм. Развитие теневой экономики, безнаказанное нарушение законов, недобросовестная конкуренция приводят к тому, что многие предприятия добиваются коммерческого успеха нелегальными путями. В связи с этим, очевидно, снижается необходимость в маркетинге.

Так, в случае с Россией не подойдет простое копирование Западного опыта в развитии социально - ориентированного маркетинга. Необходимо учитывать не только особенности нашей экономики, но и менталитет потребителей. Поэтому отметим основные тенденции развития социально - ориентированного маркетинга в современной России.

Во - первых, маркетинг в России приближается к мировому уровню. Это обусловлено такими факторами, как повышение общего уровня образования в стране (следовательно - рост квалифицированных специалистов), изменение потребительского спроса (потребители стали более разборчивы и требовательны при выборе товара) и повышение конкуренции на рынке (в связи с чем все большее количество компаний начинают придерживаться концепции социального маркетинга).

Во - вторых, государство стало больше заинтересовано в защите прав потребителей и производителей. Так, ФЗ "О защите прав потребителей", ФЗ "О техническом регулировании" и др. регулируют права потребителей, а маркетинговая деятельность предприятия регулируется: ФЗ "О рекламе", Законом РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках", Патентным законом, Законом РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров", ФЗ "О коммерческой тайне" и т. д. В 1995 году создана Российская Ассоциация Маркетинга (РАМ), в рамках которой проводится профессиональная сертификация, международные конференции и конкурсы маркетологов. Таким образом, маркетинговая деятельность в России становится социально направленной, а потребитель больше внимания обращает на этичность и ответственность со стороны компаний. [1]

В - третьих, российские предприятия все большее внимание начали уделять корпоративной социальной ответственности бизнеса и внедрению системы менеджмента качества ISO. Так, КСО предполагает, что организация выходит за установленные законом рамки и добровольно принимают меры для повышения качества жизни работников, их семей, а также общества в целом.

Таким образом, Россия показывает положительную тенденцию развития в области социально - ориентированного маркетинга. Несмотря на некоторые проблемы в бизнес среде и особый менталитет россиян, предприниматели осознают всю важность и эффективность внедрения социального маркетинга. Так, соблюдение социально - этических норм организацией способствует поддержанию ее положительного имиджа, повышению лояльности покупателей и, как следствие, повышению конкурентоспособности на рынке.

Список использованной литературы:

1. Быстрова Е.В. Развитие социально - этического маркетинга в России // Вестник ТГУ. 2010. № 1. С. 31 - 34.
2. Гранкина Н.Г. Эволюция целеориентации маркетинговой деятельности компаний в направлении усиления социальных приоритетов // TERRA ECONOMICUS. 2013. № 1. Том 11. Часть 3. С. 35 - 39
3. Мельникова Т. Ф. Предпосылки формирования концепции социально - ориентированного маркетинга // Вестник ОГУ. 2006. № 5. С. 82 - 84.
4. Якутин Е.М., Золотаренко С.Г., Шеметов П.В. Взаимосвязь рыночных и нерыночных регуляторов социально ориентированных систем // Вестник НГУЭУ. 2012. № 2. С. 56 - 60.
5. Якутин Е.М. Проблемы функционирования социально - ориентированного сектора экономики России // Сибирская финансовая школа. 2011. № 4. С. 15 - 18.

© В.К. Игнаткина, 2017

УДК: 336.225.2

Идиятуллина И.А.

Студент

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

В.М. Минеева

к.э.н., доцент кафедры «финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ И НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ В РЕЖИМЕ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

Аннотация. В данной статье рассмотрена роль налогового контроля в обеспечении экономической безопасности страны, проведен анализ выявленных нарушений в ходе налоговых проверок.

Ключевые слова: Налоговый контроль, экономическая безопасность, камеральная проверка, угрозы безопасности, государство.

В условиях экономического кризиса и роста угроз национальной безопасности государства возникает необходимость изучения проблемы организации налогового контроля и его влияние на экономическую безопасность России в целом и на экономическую безопасности региона, в частности. При этом особого внимания требует проблема совершенствования организации налогового контроля, а также продолжающаяся криминализация экономики, связанная с ростом налоговых преступлений.

Специфика налоговых преступлений требует особых познаний сути экономических процессов и организации налогового контроля за их проявлениями. Этим обуславливается актуальность проблемы влияния налогового контроля на экономическую безопасность России на основе оценки существующих форм и методов налогового контроля.[1]

Статистика последних трех лет показывает: каждый 16 - 18 налогоплательщик по итогам камеральных проверок нарушает НК РФ. Одной из важных мер, способствующих

повышению собираемости налогов и сборов, является усиление налоговой дисциплины. Санкции за совершение налоговых правонарушений должны быть достаточно жесткими, но соизмеримыми с допущенными правонарушениями.[2] За 2016 год налоговые органы осуществили 39 977 913 камеральных проверок. В сравнении с 2015 годом число камералок выросло на 25,16 % . Но нарушения были выявлены у 5,6 % компаний. В результате раскрытых махинаций по уклонению от уплаты налогов либо неправильному исчислению было доначислено 102,3 млрд руб. недоимок, пеней и штрафов. Что «побило рекорд» 2015 года на 25,9 % или на 21 млрд рублей, и почти вдвойне увеличило бюджет в сравнении с 2014 годом. В 2014 году количество налоговых проверок составило 32769851, количество выявленных нарушений – 1963875, в 2015 году 31942627 проверок, в результате которых было выявлено 1949124 нарушений. [4]

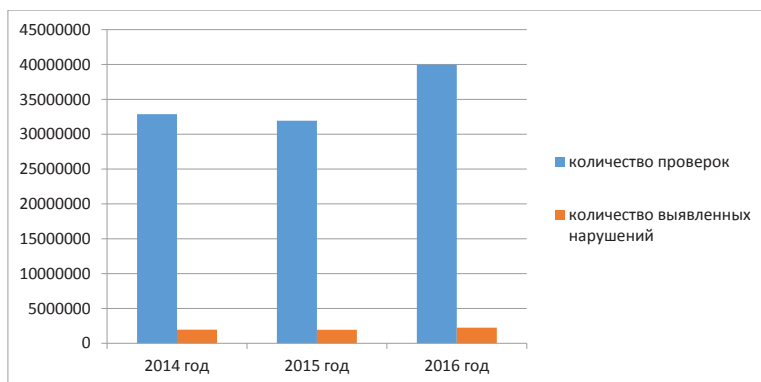


Рис.1 – Анализ динамики выявления налоговых нарушений в 2014 – 2016гг.

На 30 % выросли доначисления по итогам выездных проверок. В 2016 году в результате выездных проверок 99,2 % проверок показали наличие налоговых нарушений.

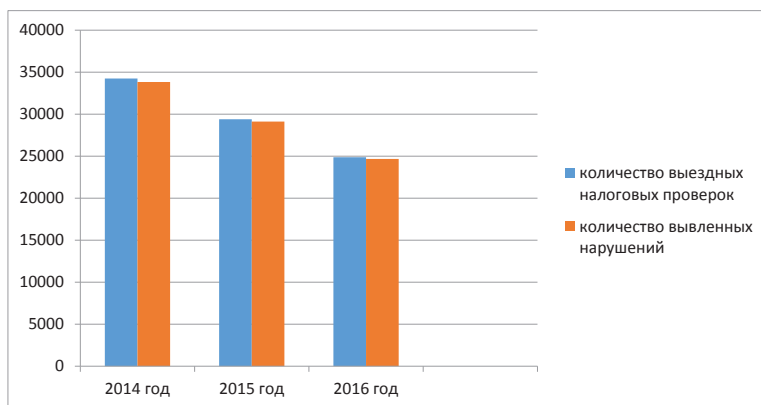


Рис.2 – Анализ динамики выявления налоговых нарушений при проведении выездных налоговых проверок

Огромный вклад в бюджет от мероприятий налогового контроля приносят выездные проверки: за 2016 год доначислено 349,1 млрд рублей недоимок пеней и штрафов. В сравнении с 2015 годом прирост составил 30,5 %.

В 2016 году были приняты поправки в УК РФ и УПК РФ. Сумма ухода от уголовной ответственности для налоговых преступлений была и увеличена. Теперь крупным размером по ст. 198 УК РФ («Уклонение от уплаты налогов и (или) сборов с физического лица») считается сумма налогов и сборов более 900 тыс. руб. за три финансовых года, а особо крупным — сумма более 4,5 млн руб. за тот же период (сейчас — 600 тыс. руб. и 3 млн руб. соответственно). [3] Пороговая сумма неуплаченного налога для организаций (ст. 199, 199.1 УК РФ) в крупном размере увеличилась с 2 млн руб. до 5 млн руб. за три финансовых года, а в особо крупном — с 10 млн руб. до 15 млн руб. за три финансовых года.[4]

Таким образом, можно сделать вывод о том, что роль контрольных мероприятий ФНС в обеспечении экономической безопасности очень велика. При содействии выявляются и пресекаются налоговые правонарушения.

Список использованной литературы:

1) Максютова Р.И., Минеева В.М. Эффективность обеспечения уплаты налогов в РФ в сборнике: Инновационная наука и современное общество. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2014. С. 166 - 169.;

2) Минеева В.М., Идиатулов Н.Г. Взаимодействие налоговых органов и других государственных структур в ходе осуществления налогового контроля В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 210 - 212. <http://elibrary.ru/item.asp?id=25836547>;

3) <https://legalsib.ru/info/articles/nalogovyy-kontrol-formy-i-metody-nalogovykh-organov-novoe-na-2016-god/>;

4) <https://www.nalog.ru>.

© И.А. Идиятуллина, В.М. Минеева, 2017

УДК: 336.226.4

Идиятуллина И. А.

Студент

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

В.М. Минеева

к.э.н., доцент кафедры «финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТ РФ ЗА 2015 - 2016 ГОДА

Аннотация. В данной статье рассмотрена структура и динамика налоговых доходов в консолидированный бюджет РФ за 2015 - 2016гг.

Ключевые слова: налоги, доходы, расходы, бюджет, налоговые поступления, консолидированный бюджет

Доходы бюджета выражают экономические отношения, возникающие у государства с предприятиями, организациями, гражданами в процессе формирования бюджета государства. Формой проявления этих экономических отношений служат различные виды платежей предприятий, организаций и населения в государственный бюджет. К доходам бюджетов относятся налоговые доходы, неналоговые доходы и безвозмездные поступления.

В настоящее время, аккумулируя налоги в бюджетном фонде, государство финансирует важнейшие направления жизнедеятельности общества и личности.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что налоги – важнейшая форма аккумуляции бюджетом денежных средств. [1] Без налогов нет бюджета, поддержание эластичности налоговой системы – неперемное условие сбалансированности государственной казны. Этим объясняется необходимость проведения анализа структуры и динамики налоговых доходов государственного бюджета.

За 9 месяцев 2016 года в консолидированный бюджет Российской Федерации с учетом налогоплательщиков состоящих на учете в Межрегиональных инспекциях ФНС России поступило 70,1 млрд. руб., что на 15,0 % или на 9,2 млрд.руб. больше поступлений аналогичного периода 2015 года. [4]

За январь - сентябрь 2016 года в федеральный бюджет поступило 11,6 млрд. руб., что на 24,1 % или на 2,3 млрд. руб. больше поступлений аналогичного периода 2015 года.[4]

Установленные индикативные показатели за 9 месяцев 2016 года выполнены на 174,9 % . При показателях в сумме 5,7 млрд. руб. в федеральный бюджет сверх поступило 4,3 млрд.руб.[4]

На рисунке 1 приедставлена структура налоговых поступлений за 9 месяцев 2016 года.

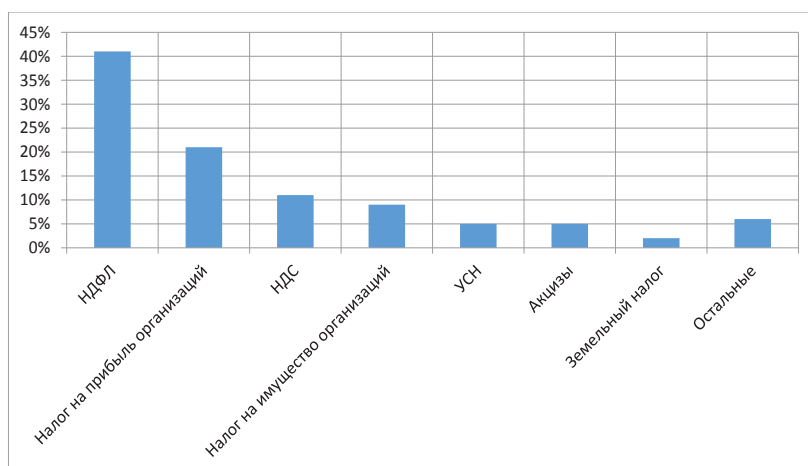


Рис.1 - Структура налоговых поступлений за 9 месяцев 2016 года

В структуре поступлений налоговых и неналоговых доходов консолидированного бюджета Российской Федерации основную долю поступлений составили: налог на доходы физических лиц – 40,7 % ; налог на прибыль организаций – 20,7 % ; налог на добавленную стоимость – 10,6 % ; налог на имущество организаций – 9,5 % ; единый налог, уплачиваемый в связи с применением УСН – 5,0 % ; акцизы – 5,0 % ; земельный налог – 2,5 % ; единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности – 1,8 % .

Всего ожидаемые поступления в федеральный бюджет в 2016 году составят 11,7 млрд. руб., что на 11,1 % или на 1,2 млрд. руб. больше фактических поступлений 2015 года.[3]

По сравнению с 2015 годом в текущем году налоговые поступления в государственный бюджет увеличились. Данную ситуацию можно проанализировать с помощью таблицы 1, в которой представлена структура доходов консолидированного бюджета РФ за 2015 год.

Табл.1 - Структура доходов консолидированного бюджета РФ за 2015 год

Виды доходов	Консолидированный бюджет РФ и бюджет государственных внебюджетных фондов, млрд.руб.	Федеральный бюджет, млрд.руб.	Бюджеты государственных внебюджетных фондов, млрд.руб.	Бюджеты территориальных государственных внебюджетных фондов, млрд.руб.	Консолидированные бюджеты субъектов в РФ, млрд.руб.
Всего доходов	3 403,00	2 278,94	1 170,93	245,52	803,46
Налог на прибыль организаций	116,36	30,50			85,86
НДФЛ	346,82				346,82
Страховые взносы на обязательное социальное страхование	659,66		743,74	0,00	
НДС на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации	351,34	351,29			0,05
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации	171,63	110,46			61,17

НДС на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации	249,25	249,14			0,11
Налог на совокупный доход	37,14		0,01		37,13
Налог на имущество	68,32				68,32
Налог на добычу полезных ископаемых	468,38	460,72			7,66
Таможенные пошлины	596,69	596,69			
Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы РФ	0,00	78,33	451,64	256,25	215,19
Прочие	337,42	401,82	- 24,45	- 10,74	- 18,85

Для дальнейшего роста налоговых поступлений в федеральный бюджет нужно принять следующие меры:

- упорядочение и четкая организация расчетов по налогам, тщательное рассмотрение системы отсрочек и долгов по налогам, повышение уровня собираемости налоговых и таможенных платежей;
- создание благоприятных условия для развития производства, предприятий малого и среднего бизнеса;
- повышение ясности законодательства и однозначность его применения налогоплательщиками;
- повышение четкости налогообложения, ужесточение мер по борьбе с уклонением от уплаты налогов. [2]

Для увеличения налоговых поступлений в бюджет РФ следует стимулировать инновационную деятельность, создать дополнительные условия для активизации инновационной деятельности, совершенствовать налоговое администрирование, стимулировать рациональное использование природных ресурсов.

Список использованной литературы:

- 1) Максютова Р.И., Минеева В.М. Эффективность обеспечения уплаты налогов в РФ В сборнике: Инновационная наука и современное общество Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2014. С. 166 - 169.
- 2) Минеева В.М. Роль налогов в общественном секторе экономики / В.М. Минеева, В.В. Тимиргалина // Проблемы развития современной экономики / В.М. Минеева 2014. - №5. - С.63 - 66.
- 3) [http:// info.minfin.ru / kons _ doh.php](http://info.minfin.ru/kons_doh.php);
- 4) [https:// www.nalog.ru / tn77 /](https://www.nalog.ru/tn77/);

© И.А. Идиятуллина, В.М. Минеева, 2017

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ КАМЕРАЛЬНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК ЗА 2013 - 2015ГГ.

Аннотация. В данной статье анализируется эффективность камеральных и выездных налоговых проверок в РФ, и оцениваются результаты их проведения.

Ключевые слова: камеральная проверка, выездная проверка, налоговые правонарушения, контроль.

Большой вклад в функционирование финансовой системы государства вносит налоговый контроль, который позволяет отслеживать налоговые поступления и выявлять налоговые правонарушения. Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что налоговые проверки позволяют выявлять факты налоговых поступлений в бюджеты различных уровней, а также налоговые правонарушения и пресечение этих правонарушений в будущем.

Наиболее распространенной и эффективной формой налогового контроля являются налоговые проверки. Существует два вида налоговых проверок: камеральные и выездные. Налоговые проверки выявляют проблемы текущего состояния нарушений и прогнозирования налогового контроля в РФ.[4]

Для того чтобы определить наиболее эффективный вид налогового контроля, необходимо провести сравнительный анализ доначисленных сумм налогов и сумм начисленных из них налогов выездными и камеральными налоговыми проверками.

Таблица 1. Анализ доначисленных сумм налогов по проверкам в РФ за 2013 - 2015 гг. (тыс. руб.)

Виды проверок	Доначисленная сумма налогов, тыс. руб.						Из них начислено налогов, тыс. руб.					
	2013		2014		2015		2013		2014		2015	
	Сумма	Уд. вес, %	Сумма	Уд. вес, %	Сумма	Уд. вес, %	Сумма	Уд. вес, %	Сумма	Уд. вес, %	Сумма	Уд. вес, %
Камеральные проверки	50 855 679	15,3	55 484 610	16	82 871 832	23,4	42 876 476	16,9	45 689 027	17,7	68 529 880	25,4
Выездные	280	84,7	290	84	270	76,6	211	83,1	213	82,3	200	74,6

проверки	72714 5		694 036		795 846		371 347		161 095		770 663	
Итого	331 58282 4	100	346 178 646	100	353 667 678	100	254 247 823	100	258 850 122	100	269 300 543	100

Источник: Отчет по форме № 2 - НК [2]

Анализ доначисленных сумм налогов по проверкам в РФ за 2013 - 2015 гг. показал, что в структуре доначисленных сумм налогов большой удельный вес приходится на выездные налоговые проверки, но следует отметить, что в динамике трех лет наблюдается снижение удельного веса выездных налоговых проверок и, соответственно, увеличение доли камеральных налоговых проверок. Сумма начисленных из них налогов выездными налоговыми проверками так же значительно превышает сумму начисленных налогов камеральными налоговыми проверками за весь анализируемый период. Данная ситуация объясняется тем, что количество объем проверки отличается на значительное количество. Если сравнивать эффективность видов налоговых проверок, то за анализируемый период по этому показателю выездные налоговые проверки эффективнее камеральных налоговых проверок.

Немаловажную роль в определении наиболее эффективной формы налогового контроля играет сравнительный анализ количества камеральных и выездных налоговых проверок, проводимых налоговыми органами за три последних года.

Таблица 2. Анализ выездных и камеральных налоговых проверок в РФ за 2013 - 2015 гг.

	2013		2014		2015		Итого	
	Уд. вес, %	Кол. во, шт.	Уд. вес, %	Кол. во, шт.	Уд. вес, %	Кол. во шт.	Кол. во, шт.	Уд. вес, %
Камеральные проверки	34 190 550	34,5	32 869 894	33,2	31 943 004	32,3	99 003 448	100
Количество выявленных нарушений камеральными проверками	1 764 623	31	1 964 299	34,6	1 949 491	34,4	5 678 413	100
Выездные проверки	41 330	38,4	35 757	33,1	30 663	28,5	107 750	100
Количество выявленных нарушений выездными проверками	40 832	38,3	35 314	33,2	30 355	28,5	106 501	100

Источник: Отчет по форме № 2 - НК [2]

Анализ выездных и камеральных налоговых проверок в РФ за 2013 - 2015 гг. показал, что количество камеральных налоговых проверок за анализируемый период сократилось на 2,2 % , а количество выездных налоговых проверок - на 9,9 % . За анализируемый период количество выявленных нарушений камеральных налоговых проверок увеличилось на 3,4 % , а выездных налоговых проверок сократилось на 9,8 % . Это свидетельствует о том, что, несмотря на сокращение количества камеральных налоговых проверок, эффективность камеральных налоговых проверок в отличие от выездных налоговых проверок увеличивается.

Чтобы определить наиболее эффективную форму налоговых проверок, необходимо провести сравнительный анализ доначисленных сумм налогов на одну камеральную и выездную налоговую проверки.

Таблица 3. Анализ доначисленных сумм налогов на одну камеральную и выездную налоговую проверки в РФ за 2013 - 2015 гг., тыс. руб.

	2013		2014		2015	
	Сумма	Уд. вес, %	Сумма	Уд. вес, %	Сумма	Уд. вес, %
Доначисленная сумма налогов на 1 камеральную проверку, тыс. руб.	1,49	0,02	1,69	0,02	2,59	0,03
Доначисленная сумма налогов на 1 выездную проверку, тыс. руб.	6792,3	99,98	8129,7	99,98	8831,4	99,97
Итого, тыс. руб.	6793,79	100	8131,39	100	8833,99	100

Источник: Отчет по форме № 2 - НК [2]

Анализ доначисленных сумм налогов на одну камеральную и выездную налоговую проверки в РФ за 2013 - 2015гг. показал, что количество сумм доначисленных налогов на одну выездную налоговую проверку намного превосходит количество сумм доначисленных налогов на одну камеральную налоговую проверку за весь анализируемый период.

Сравнительный анализ показал, что выездные налоговые проверки превосходят камеральные по большей части показателей. Таким образом, можно сделать вывод о том, что выездные налоговые проверки являются наиболее эффективной формой налогового контроля. Текущее состояние налогового контроля в Российской Федерации не идеально и имеет ряд проблем, которые необходимо решать, чтобы повысить эффективность процесса сбора налогов.

Список использованной литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146 - ФЗ (ред. от 01.05.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.06.2016)
2. Отчет по форме № 2 - НК за 2013 - 2015гг.

3. Электронный ресурс: url:<https://www.nalog.ru>

4. Жданова А.В., Минеева В.М. Налоговый контроль как способ пресечения экономических преступлений. В сборнике: Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных трудов Международной заочной научно - практической конференции. Уфимский государственный университет экономики и сервиса. 2015. С. 85 - 89

© И.А. Идиятуллина, В.М. Минеева, 2017

УДК 33

А. В. Карцева, Н. А. Чуваткина

Поволжский государственный университет сервиса
Г. Тольятти, Российская Федерация

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Аннотация: в статье рассматриваются методологические опросы научного экономического предвидения или социально - экономического прогнозирования, в том числе принципы, методы и показатели, применяемые в процессе прогнозирования и планирования. Особое значение авторы придают описанию методов прогнозирования, классифицированных как специфические, формализованные и методы моделирования.

Ключевые слова: социально - экономическое прогнозирование, социально - экономическое планирование, методы социально - экономического прогнозирования, модели социально - экономического прогнозирования

С течением времени самым востребованным инструментом государственного управления становится социально - экономическое прогнозирование. Оно необходимо при реализации и разработке решений управленческого характера. Эти решения принимаются на разных уровнях государственной власти и управления в сфере социальной и экономической политике. В связи с этим теоретико - методологические вопросы социально - экономического прогнозирования приобретают особое значение.

В методологии научного экономического предвидения существуют следующие принципы, которые применяются в процессе прогнозирования:

- принцип системности – объект, фон и элементы прогнозирования соподчинены и взаимосвязаны;
- принцип эффективности – путем использования прогноза над затратами по его разработке определяется необходимость превышения экономического эффекта;
- принцип единства политики и экономики – при составлении прогнозов учитываются интересы всех хозяйствующих субъектов;
- принцип непрерывности – по мере поступления новой информации об объекте прогнозирования производится корректировка прогноза;

– принцип достоверности – необходимость в учете требований объективных законов экономического развития общества, потребность в точности и обоснованности прогноза с научной точки зрения;

– принцип целенаправленности – помимо сведения прогноза к предвидению, он включает цели, которые предстоит достичь в экономике;

– принцип вариантности – предполагает требование разработки вариантов прогнозов, исходя из вариантов прогнозного фона.

По степени формализации методы социально - экономического прогнозирования делятся на интуитивные, формализованные и методы моделирования.

1. Интуитивные методы прогнозирования. Использование данных методов дает возможность получить прогнозную оценку состояния развития объекта в будущем независимо от информационной обеспеченности. Они включают в себя:

– метод «интервью» – осуществляется по схеме «вопрос - ответ», в ходе которого прогнозист в соответствии с заранее разработанной программой и относительно перспектив развития объекта прогнозирования, ставит перед экспертом вопросы. В результате живой беседы и полученной информации интервьюер освещает объект экспертизы;

– метод «коллективной генерации идей» – при использовании данного метода определяются возможные варианты развития процесса на основе экспертного мнения;

– метод написания «сценария» основывается на логике развития процесса во времени при различных условиях;

– «аналитический метод», позволяющий осуществлять логический анализ прогнозируемой ситуации и представлять его как аналитическую записку;

– метод «экспертных оценок» используется чаще всего при долгосрочных прогнозах, когда трудно количественно оценить прогнозный фон, а специалисты делают это на основе своего понимания вопроса. По сути, мнение специалиста – это результат мысленного анализа и обобщения процессов, которые относятся к прошлому, настоящему и будущему, основываясь на собственном опыте, квалификацию и интуицию. Метод имеет две разновидности: метод «дерева целей» и метод «комиссий». Метод «дерева целей» используется при анализе системных процессов, когда есть возможность выделить структуру уровней, которая будет относительно стабильна на каком - то промежутке времени при происходящих изменениях. При методе «комиссий» осуществляется согласованность мнений экспертов по перспективным направлениям развития объекта прогнозирования.

2. Формализованные методы прогнозирования. Данный метод основывается на построении прогнозов формальными средствами математической теории, позволяющими повысить достоверность и точность прогнозов, уменьшить сроки их выполнения, облегчить обработку информации и оценки результатов. К таким методам относят:

2.1. Метод экстраполяции (выявление тенденции экономического процесса и поддержания ее в будущем);

2.2. Нормативный метод (используется в программных или целевых прогнозах).

3. Методы моделирования – это достаточно эффективное средство прогнозирования. Математическое моделирование содержит математические формулы и уравнения, которые описывают экономическое явление. Разработка системы моделей прогнозирования

проходит три этапа. На первом этапе разработки прорабатываются отдельные модели и подсистемы моделей прогнозирования. Второй этап включает в себя создание систем взаимодействующих моделей прогнозирования, уточнение и согласование подсистем моделей. Проверяется их взаимодействие и последовательность. Третий этап связан с уточнением и развитием отдельных локальных систем и методик.

Моделирование осуществляется аналогично с подобным ему объектом. Например, экономика - математическая модель, представляющая собой систему формализованных уравнений, которая образует экономическую систему. Данная модель описывает процесс с целью его исследования и управления им. В зависимости от критерия оптимальности различают следующие виды моделей социально - экономического прогнозирования:

- факторные (включают однофакторные и многофакторные модели);
- структурные (описывают связи между отдельными элементами одного целого).

Для анализа межотраслевых связей применяется структурно - балансовая модель, имеющая матричную форму. Матричная модель отражает структуру производственных затрат и распределение продукции. Межотраслевой баланс, разработанный В. В. Леонтьевым, известен как метод «затраты – выпуск», представляет собой таблицу, в которой отражен процесс формирования и использования совокупного общественного продукта в отраслевом разрезе. Баланс включает четыре квадранта: объемы потребления на нужды производства, группирование продукта в зависимости от того, как он используется, включение добавленной стоимости товара, структура распределения национального дохода. Баланс включает четыре квадранта, которые отражают:

- 1 квадрант - материальные затраты продукции различных отраслей на её производство;
- 2 квадрант - распределение конечного продукта каждой отрасли по направлениям использования;
- 3 квадрант – вновь созданную стоимость, которая состоит из фонда оплаты труда и чистого дохода;
- 4 квадрант – конечное использование с учетом адресного использования.

При использовании экономико - математических моделей учитываются следующие аспекты сбалансированности:

- 1) факторный (основывается на взаимосвязи между затратами факторов производства и объемом выпуска продукции);
- 2) лаговый (предполагает распределение во времени затрат факторов производства и достигаемого при их взаимодействии эффекта);
- 3) структурный (основан на пропорциях между производством и распределением продукции).

Все вышеуказанные методы могут применяться в социально - экономическом прогнозировании не только для страны в целом, но и для отдельного региона.

Список использованной литературы:

1. Горенкова Ю. С., Андриянова К. А., Нечипоренко Л. В. Управленческие аспекты прогнозирования // Эволюция современной науки: сб. ст. междунар. науч. - практ. конф.: в 4 - х частях. – 2016.

2. Горчакова Е. А., Афанасьева Ю. Е., Нечипоренко Л. В. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях // Современная наука: теоретический и практический взгляд: сб. ст. междунар. науч. - практ. конф.: в 4 - х частях. – 2016.
3. Мезенина Е. А., Моница Е. В., Нечипоренко Л. В. Эволюция социального прогнозирования // Эволюция современной науки: сб. ст. междунар. науч. - практ. конф.: в 4 - х частях. – 2016.
4. Мотышина М. С. Методы социально - экономического прогнозирования. – СПб.: Ун - та экономики и финансов, 1994.
5. Шепитько Г. Е. Социально - экономическое прогнозирование и моделирование: учеб. пособие. – М., 2007.

© А. В. Карцева, Н. А. Чуваткина

УДК 336

Д.Ф. Касимова

К.э.н., доцент кафедры финансов и налогообложения ИНЭФБ
Башкирский государственный университет
Г. Уфа, Российская Федерация

О «СЕВЕРНЫХ» РАЙОННЫХ КОЭФФИЦИЕНТАХ

Как следует из статьи 315 Трудового кодекса РФ, оплата труда в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях осуществляется с применением районных коэффициентов и процентных надбавок к заработной плате. Статьями 315 - 317 ТК РФ для лиц, работающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, предусмотрено применение районных коэффициентов и процентных надбавок к заработной плате, размер которых устанавливается Правительством РФ. Аналогичные нормы предусмотрены статьями 10 и 11 Закона РФ от 19.02.1993 N 4520 - 1 "О государственных гарантиях и компенсациях для лиц, работающих и проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях".

До настоящего времени акты, предусмотренные вышеназванными нормами, не изданы, в связи с чем на основании части 1 статьи 423 Трудового кодекса РФ применяются ранее изданные правовые акты федеральных органов государственной власти РФ или органов государственной власти бывшего СССР. В статье 1 ст. 1, Закона РФ от 19.02.1993 N 4520 - 1 (ред. от 02.07.2013) "О государственных гарантиях и компенсациях для лиц, работающих и проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях" отмечено: «Действие настоящего Закона распространяется на лиц, работающих по найму постоянно или временно в организациях, расположенных в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, независимо от форм собственности, и лиц, проживающих в указанных районах и местностях.

В Обзоре Верховного суда Российской Федерации практики рассмотрения судами дел, связанных с осуществлением гражданами трудовой деятельности в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, утвержденном 26.02.2014 г., отмечается, что в

Трудовом кодексе РФ не раскрывается содержание понятия "место работы". В теории трудового права под местом работы понимается расположенная в определенной местности (населенном пункте) конкретная организация, ее представительство, филиал, иное обособленное структурное подразделение. В случае расположения организации и ее обособленного структурного подразделения в разных местностях исходя из части второй статьи 57 ТК РФ место работы работника уточняется применительно к этому структурному подразделению.

В то же время в том же Обзоре отмечается, что по общему правилу труд работника используется по месту работы. Труд отдельных работников организуется вне места нахождения работодателя, его представительства, филиала, иного обособленного структурного подразделения. Если в таких случаях выполнение работником трудовой функции осуществляется в районе Крайнего Севера или местности, приравненной к районам Крайнего Севера, то суды, принимая во внимание фактическое место работы работника, приходят к правильному выводу о начислении к его заработной плате соответствующего коэффициента и процентной надбавки.

Согласно положениям статей 315, 316, 317 ТК РФ при расчете заработной платы должен применяться районный коэффициент и процентная надбавка, установленные к заработной плате в районе или местности по месту выполнения работы. Исходя из этого, в Обзоре отмечается, что районный коэффициент и процентная надбавка к заработной плате применяются по месту фактического осуществления трудовых функций независимо от места расположения головного подразделения компании, с которой работник заключил трудовой договор.

Если работодатель в нарушение требований трудового законодательства не выплачивает сотрудникам, фактически работающим в районах Крайнего Севера, районные коэффициенты и процентные надбавки к заработной плате, он может быть привлечен за это трудовой инспекцией или судом к административной ответственности по ст. 5.27 КоАП РФ.

За такое правонарушение предусмотрены следующие санкции:

- штраф от 30000 до 50 000 руб. или административное приостановление деятельности организации на срок до 90 суток - в отношении организации;

- штраф от 1000 до 5000 руб. - в отношении должностного лица (например, руководителя организации). Следовательно, при проверке работники трудовых инспекций могут дать предписание о необходимости начисления предусмотренных надбавок и коэффициентов, а при невыполнении – оштрафовать.

Кроме того, работники могут обратиться в суд самостоятельно. В соответствии с п. 1 ст. 392 ТК РФ заявление работника о разрешении индивидуального трудового спора подается в суд в течение трех месяцев со дня, когда он узнал или должен был узнать о нарушении своего права. При пропуске по уважительным причинам сроков, установленных ст. 392 ТК РФ, они могут быть восстановлены судом (п. 3 ст. 392 ТК РФ). В решениях судов отмечается, что если в период работы истец получал расчетные листки и заработную плату и не мог не знать о ее составляющих, то установленный срок три месяца не может быть пересмотрен.

Список литературы:

1. Трудовой кодекс РФ
2. Кодекс об административных правонарушениях РФ
3. Закон РФ от 19.02.1993 N 4520 - 1 "О государственных гарантиях и компенсациях для лиц, работающих и проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях"
4. Обзор Верховного суда Российской Федерации практики рассмотрения судами дел, связанных с осуществлением гражданами трудовой деятельности в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях от 26.02.2014 г.

© Д.Ф. Касимова, 2017

УДК 336.6

А.С. Коваль, магистрант
научный руководитель: Кондаурова Л.А.
к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит» ФГБОУ ВО СГУПС
г. Новосибирск, Российская Федерация

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ДЕФИНИЦИЙ «ДИАГНОСТИКА» И «ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ»

Успех формирования и реализации финансовой стратегии любой коммерческой организации во многом зависит от качества диагностики ее состояния и результатов финансового анализа [1].

Многие специалисты считают, что диагностика - это составляющая анализа финансового состояния предприятия. На самом деле это совершенно разные понятия в экономике.

Анализ представляет собой выявление сущности, закономерностей, тенденций экономических и социальных процессов, хозяйственной деятельности на всех уровнях и в разных сферах экономики.

Диагностика состояния предприятия - это перманентный процесс распознавания экономического состояния предприятия путем комплексной обработки первичной информации различного рода, использующий традиционные и специальные методы, с целью выявления и прогноза тенденций в формировании результатов его финансово - хозяйственной деятельности.

Некоторые специалисты понимают диагностику «...как систему целевого финансового анализа, направленного на выявление параметров кризисного развития организации, генерирующих угрозу ее банкротства. В этом понимании диагностика является элементом финансового механизма организации в рамках финансового менеджмента»[2].

Анализ с греческого языка означает «разложение», «расчленение». Диагностика в свою очередь означает «распознавание», «определение».

Итогом анализа должен стать синтез, то есть фактическое либо мысленное соединение в единое целое расчлененных и пересмотренных анализом компонентов. Результатом

диагностики является не только объединение компонентов в целое, но и принятие на базе данного обобщения решения, то есть постановку диагноза.

Характерной чертой диагностики считается обнаружение причинно - следственных связей в объекте, распознавание их структуры, целеустремление и тесноты.

Процесс диагностики, как правило, является достаточно трудоемким и не столько по техническим причинам, связанным с расчетом финансовых показателей, сколько из - за необходимости правильной интерпретации результатов диагностики [3]. В самом деле, при налаженной системе учета на предприятии несложно автоматизировать расчет показателей, и посчитать их можно в таком количестве, какое пожелает финансовый менеджер.

Финансовый анализ деятельности компании способен предоставить данные для диагностики, однако он не предоставит те самые «нецифровые» причины отклонений [4]. Т.е. диагностика наиболее обширное и важное понятие, содержащее в себе тот набор инструментов, какие могут помочь установить предпосылки отклонений определенного параметра и порекомендовать методы их ликвидации.

Отличие может состоять в том, что если применяют понятие «диагностика», то в этом случае, определяют текущее состояние и текущие тенденции развития организации. Если используют термин «анализ», то, как правило, имеют в виду исследования, проведенные за определенный промежуток времени и основные сведения данного промежутка.

Французский экономист Б. Коласс не вводит четкого определения этой категории, но отмечает, что «...заниматься диагностикой - это значит рассматривать финансовое положение предприятия так, чтобы выявить в динамике симптомы явлений, которые могут задержать достижение поставленных целей и решение задач, подвергая опасности планируемую деятельность».

Такого рода аспект отображает ограниченную направленность диагностики, в таком случае основной упор на диагностике экономического положения компании.

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что «... диагностика – важный элемент управления, позволяющий выявить проблемы организации, причины возникновения этих проблем, меры по их решению. Главной целью диагностики является своевременное выявление и устранение недостатков в финансовой деятельности организации, обнаружение резервов улучшения финансового состояния и платежеспособности»[2].

Список использованной литературы:

1. Владимирова Т.А., Кондаурова Л.А. Методология диагностики в управлении финансовыми ресурсами: учеб. пособие. – Новосибирск: Изд - во СГУПС, 2016. – 124 с.
2. Коваль А.С., Кондаурова Л.А. Диагностика финансового состояния предприятия как инструмент принятия решений // Сборник статей «Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития» Материалы IV Международной научно - практической конференции преподавателей, аспирантов и магистрантов. 2017. С. 121 - 124
3. Кондаурова Л.А. К вопросу проведения диагностики финансового состояния организации с помощью коэффициентного метода // Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития. Сборник статей III Международной научно - практической конференции преподавателей, аспирантов и магистрантов. 2016. С.150 - 156.
4. Кондаурова Л.А. Методические основы диагностики финансовых трудностей организации // Проблемы антикризисного управления и экономического регулирования

УДК 351 / 354

Козлов И.И.

Российская таможенная академия
г. Люберцы, Российская Федерация

Научный руководитель: Кусков А.Н.

к.в.н., доцент кафедры управления
Российская таможенная академия
г. Люберцы, Российская Федерация

РОЛЬ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ ВО ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Анализ результатов международных переговорных процессов начала 90 - х годов показал, что перед участниками Уругвайского раунда при подготовке соглашения по торговле услугами стояла сложная задача: максимально используя основополагающие принципы, уже действовавшие в международной торговле товарами, разработать такой механизм регулирования торговли услугами, который одновременно бы учитывал и все характерные особенности этой торговли. Важная роль в реализации решений этих проблем отходила таможене как специфической международной организации.

Потребность в разработке отдельного от ГАТТ свода правил международной торговли услугами объясняется целым рядом причин, в первую очередь принципиальными различиями между товарами и услугами. [1] Переговоры по созданию ГАТС привели к появлению новых теоретических и практических подходов к пониманию характера международного обмена услугами. Генеральное соглашение по торговле услугами по оценке известных зарубежных специалистов Э. Ван Дузера и Э. Холлидея представляло собой «умеренное соглашение» (особенно в области теле - и радиопередач, банковских операций) с точки зрения ограничений иностранного участия в обслуживании потребителей услуг и уступок. В таблице 1 представлены количественные данные секторов и подсекторов услуг, включенных в список обязательств стран - членов ВТО.

Таблица 1 - Количество секторов и подсекторов услуг,
включенных в список обязательств стран - членов ВТО [3]

Страны - члены ВТО	Количество секторов	Количество стран
Африканские и малые островные государства	< 20	44
Некоторые африканские, латиноамериканские, азиатские страны; Польша, Румыния	21 - 60	47

Все развитые страны; Венгрия, Чешская Республика, Словакия, Словения, Болгария, Панама, Грузия, Эстония, Иордания, Киргизия, Латвия, Албания, Оман, Хорватия)	> 61	53
---	------	----

Анализ данных, представленных в таблице 1, показывает, что примерно одна треть стран - членов ВТО приняла на себя обязательства в отношении 20 или менее секторов из 15 секторов классификатора услуг. К этой группе относятся практически все африканские страны, а также небольшие островные государства. Большая часть из них является наименее развитыми странами. Обязательства еще одной трети участников Уругвайского раунда охватывают от 21 до 60 секторов классификатора услуг. Сюда в основном входит большинство латиноамериканских стран и крупные азиатские страны (Индия, Индонезия, Пакистан).

В этой же группе находятся Польша и Румыния, а также страны, которые присоединились к ВТО вскоре после завершения Уругвайского раунда (Эквадор и Монголия). Наконец, третью группу стран, принявших на себя обязательства в отношении более чем 60 секторов, составляют все развитые страны, а также Гонконг, Республика Корея, Таиланд. Страны с переходной экономикой Центральной и Восточной Европы (Венгрия, Словакия, Словения, Чешская Республика) также приняли обязательства в отношении значительного количества секторов. Характерно, что к этой же группе относятся все страны, присоединившиеся к ВТО по истечении нескольких лет после завершения многосторонних торговых переговоров Уругвайского раунда. Как представляется, включение вновь присоединившимися странами значительного числа секторов в их обязательства может объясняться следующими обстоятельствами. [5]

Нельзя не учитывать и того обстоятельства, что к моменту присоединения группы стран с переходной экономикой механизм ГАТС действовал уже несколько лет. Это дало странам - членам время и возможности познакомиться с ним на практике, оценить его стимулирующее воздействие на международную торговлю услугами, а также и позитивное влияние возросшей иностранной конкуренции на предложение, качество и стоимость услуг, предоставляемых национальным потребителям. Об этом, в частности, свидетельствуют выводы документа, совместно представленного рядом стран с переходной экономикой в рамках проходящих ныне переговоров по услугам и анализирующего опыт механизма ГАТС на примере Словении.

В документе (Communication from Slovenia, Bulgaria, Czech Republic, Poland and Slovak Republic. Note on Assessment of Trade in Services in Certain Transition Economies, WTO document S / CSS / W / 18 of 5 December 2012) подчеркивается, что «торговая политика в области услуг должна рассматриваться как средство дальнейшего развития сектора услуг, что, в свою очередь, повышает эффективность всей национальной экономики». Проведенное исследование показывает, что обязательства новых стран - членов ГАТС (после Уругвайского раунда) не только шире по охвату секторов, но и более либеральны.

То есть по сравнению с развитыми странами ограничения, сохраняемые вновь присоединившимися странами, охватывают значительно меньшее количество секторов. В

таблице 2 представлена структура обязательств новых стран - членов ВТО по способам поставки услуг.

Таблица 2 - Структура обязательств новых стран - членов ВТО по способам поставки услуг в % [4]

Группы стран	Способы поставки услуг								
	Способ 1			Способ 2			Способ 3		
	ПО	ЧО	НО	ПО	ЧО	НО	ПО	ЧО	НО
Новые страны - члены ВТО (16 стран)	52	24	71	24	5	36	36	61	3
Развитые страны - члены ВТО (30 стран)	26	50	24	48	50	2	10	89	1
Все страны - члены ВТО (148 стран)	32	38	30	51	39	10	15	82	3

Для более наглядного представления расшифруем обозначения: ПО – полное отсутствие ограничений, ЧО – частичное ограничение, НО – нет ограничений.

Факты показывают, что, например, обязательства у этих стран в отношении способа поставки 2 (потребление за границей) существенно либеральнее обязательств по способам поставки 1 (трансграничная поставка) и способа 3 (коммерческое присутствие). Около 50 % обязательств в развитых странах не имеют ограничений по потреблению услуг за границей (способ 2), в то время, как по трансграничным поставкам и коммерческому присутствию (способы 2 и 3), которые, по оценкам, являются значимыми с экономической точки зрения, доли секторов, не имеющих ограничений, составляют соответственно лишь 26 % и 10 %.

По различным оценкам, на услуги, поставляемые способом 1 и способом 3, приходится примерно по 40 % мировой торговли услугами. [5] Услуги, потребляемые за границей (способ 2), составляют около 20 % торговли. Общая стоимость услуг, поставляемых при помощи перемещения физических лиц, крайне невелика и составляет менее 1 % мировой торговли услугами.

Проблема развития сферы таможенных услуг, в том числе таможенного сервиса, является одной из приоритетных в мировых научных исследованиях, связанных с модернизацией таможенного дела. Как пишет специалист Л.А. Лозбенко, современная таможня – это, прежде всего, услуги, поскольку «на первый план сегодня выходит вопрос содействия международной торговли».[3]

Понятие «таможенная услуга» находится на стыке двух наук – экономики и юриспруденции, следовательно, не имеет строго как экономического, так и строго юридического содержания, воплощая в себе элементы той и другой науки. В последние годы начинает доминировать подход, в котором таможенные услуги начинают рассматриваться только как экономическая категория. Это связано с тем, что научная правовая мысль не всегда успевает осваивать достижения экономической науки о

таможенной и паратаможенной инфраструктурах, о категориях и видах таможенных услуг, в результате чего таможенное право в сфере обслуживания оказывается в замкнутом юридическом круге.

Следует отметить, что в мировой теории и практике таможенного дела также не освещен и не проработан вопрос о понятиях «сферы таможенных услуг» и «сферы таможенного обслуживания». К сфере таможенных услуг можно отнести только те соглашения, в результате которых участнику ВЭД оказывается таможенная услуга, причем как экономической, так и правовой категории. В данном случае таможенная услуга представляет собой деятельность, которая воплощается в таможенном продукте, работе или регулируемом товаре. То есть деятельностью, которая опосредована через процесс подготовки таможенной продукции или регулируемого товара (или партии товаров) для перемещения через таможенные границы.

Важно также понять, что таможенная система проходит несколько резонансных режимов своей деятельности в отношении с государством и участниками ВЭД. В настоящее время в развитых странах эта система находится в фазе «таможня для правительства и участников ВЭД», в большинстве развивающихся стран мира в фазе «таможня для правительства», а в некоторых слаборазвитых или неблагополучных странах в фазе «таможня для себя». Таким образом, формирование мировой сферы таможенных услуг зависит от фазы развития таможенной системы как в целом, так и в национальном и региональном разрезе. Разработанные выше понятия важны для правильного применения в категориальном смысле как научные экономические термины, выражающие определенный смысл и различия.

Проблема формирования, классификации и определения места таможенных услуг во внешнеэкономической деятельности является наиболее слабо исследованной стороной методологии международной торговли. Исторически плата за таможенное оформление возникла как способ покрытия издержек учреждений, в пользу которых они взимались, и представляли плату за оказание определенного круга услуг. Однако на практике в современных условиях это положение не всегда соблюдается. Довольно часто плата за услуги оказывается выше их себестоимости. Кроме того, зачастую сама услуга за таможенное оформление вводится, чтобы получить доход, а не покрыть издержки. Они поступают в федеральный бюджет, обезличено (то есть зачисляются на единый счет вместе с другими видами таможенных платежей и направляются для покрытия общих расходов бюджета), что объединяет их с понятием налога. В связи с этим становится актуальным разработка методологии развития таможенных услуг, методики и нормативного обеспечения процедур расчета стоимости таможенных услуг на основе многофакторного анализа и реальных трудозатрат.

Впервые попытка методологически определить роль и место таможенных услуг на международном уровне была предпринята в рамках Генерального соглашения по тарифам и торговле. Как известно, исходной посылкой, на которой строилась договорная система ГАТТ, являлось стремление стран - членов развивать международную торговлю товарами и услугами и обеспечивать экономическое развитие путем взаимной либерализации доступа на рынки, предсказуемости условий деятельности предпринимателей на иностранных рынках и минимизации регламентирующих действий правительств по регулированию внешнеэкономической сферы. Для достижения этих целей необходимым считается

соблюдения ряда принципов и норм, лежащих в основе ГАТТ, в том числе: равноправие в торговле; использование преимущественно тарифных средств защиты национального рынка, а не количественных ограничений или аналогичных административных мер; взаимность в предоставлении торгово - политических уступок; разрешение торговых споров путем проведения консультаций и переговоров.

В качестве примера решения проблем в данном вопросе можно рассмотреть жалобу Канады и ЕС на введенный в 1986 году США сбор за таможенное оформление товаров в размере 0,22 % от стоимости импортных товаров. В марте 1987 года Совет ГАТТ создал рабочую группу экспертов для рассмотрения данной жалобы. Канада и ЕС в своей жалобе подчеркивали, что этот сбор противоречит статьям II и VIII ГАТТ, согласно которым дополнительные сборы должны соответствовать стоимости оказанных услуг, а американские сборы это положение нарушали. К тому же целевое предназначение этих сборов (финансирование некоторых обычных форм деятельности американской таможенной службы) также нарушало положение названных статей ГАТТ. Группа экспертов пришла к выводу, что названные выше сборы США противоречат положениям ГАТТ и обязательствам США по этим статьям.

Этот вывод был принят Советом ГАТТ в феврале 1988 года, в результате чего США приняли это решение и сообщили, что соответствующие поправки к принятому бюджетному закону США будут направлены в Конгресс США. В результате этот сбор в 1988 - 1989 годах был уменьшен до 0,17 % , а в октябре 1990 года представитель США проинформировал Совет ГАТТ о том, что новый закон США (Закон 1990 года «О таможене и торговле») содержал положение, приведшее этот таможенный сбор США в соответствие с правилами ГАТТ.[2, с.144]

Анализ практики применения правил статьи VIII ГАТТ доказывает, что обычно таможенные сборы взимаются в виде фиксированных платежей, размер которых устанавливается на уровне, обеспечивающем покрытие стоимости инвестиций в таможенную инфраструктуру и затрат на ее содержание.

Потребность в разработке отдельного от ГАТТ свода правил международной торговли услугами объясняется целым спектром условий, в первую очередь принципиальными различиями между товарами и услугами. Переговоры по созданию Генерального Соглашения по торговле услугами (ГАТС) привели к появлению новых теоретических и практических подходов к пониманию характера международного обмена услугами. Изучение особенностей предоставления таможенных услуг в рамках ГАТС выявили ряд исключений. [6]

Так, например, из ГАТС исключен важный компонент – государственные услуги, которые не отнесены к другим категориям. Прямые таможенные услуги, осуществляемые таможенными службами, в основном относятся к государственным услугам. В соответствии с правилами ГАТС «услуги» включают любую услугу в любом секторе, за исключением услуг, поставляемых при осуществлении функций правительственной власти. При этом услуга, поставляемая при осуществлении функций правительства, означает любую услугу, которая предоставляется на некоммерческой основе и не на условиях конкуренции с одним или несколькими поставщиками услуг.

В настоящее время наблюдается тенденция узаконенной передачи ряда функций по таможенному оформлению, сопровождению и хранению товаров, информированию и консультированию институту таможенных посредников и международной предотгрузочной инспекции (исполняющей роль и функции национального таможенного органа). В связи с этим, некоторые таможенные услуги в настоящее время

трансформируются из государственных в коммерческие услуги или в услуги, предоставляемые на условиях конкуренции.

Тот же вывод можно применить и к финансовым услугам (в т.ч., относящиеся к ним часть таможенных услуг), которые оговорены в приложении ГАТС. Поскольку поставщик финансовых услуг означает любое физическое или юридическое лицо члена – ГАТС, желающее поставлять или поставляющее финансовые услуги. Однако, понятие «поставщик финансовых услуг» не включает государственное учреждение.

Итак, можно сделать вывод о том, что важность развития мировых таможенных услуг и прежде всего разработка четких стандартов предоставления этих услуг, связаны с наступлением глобальной конкуренции, поскольку низкий уровень предоставления услуг и сервиса отрицательно влияют на конкурентоспособность власти, бизнеса и человека, а также на потери, как на собственном рынке, так и на внешнем. Но кроме унификации и гармонизации структуры таможенной деятельности необходимо учитывать и региональные особенности предоставления таможенного сервиса в зависимости от их характеристик и страны - происхождения этих услуг.

Список использованной литературы:

1. Глазунова Н.А. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур // Промышленник России. 2015. № 10; Глазунова Н.А. Новая философия таможенного контроля в соответствии с Киотской конвенцией // Промышленник России. 2014. № 2.
2. Дианова, В.Ю. Развитие таможенных институтов. – М.: Изд - во РТА, 2013. С. 144.
3. Ершов, А.Д. Теория и методология формирования «сервисной таможни». – СПб.: СПб филиал РТА, 2015.
4. Новокшенов И.Б. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур: принципы взаимоотношений бизнеса и таможенной службы // Промышленник России. 2015. № 11;
5. База данных, публикации Всемирной торговой организации Режим доступа: World Wide Web. URL: <http://www.wto.org>.
6. Официальный сайт Федеральной таможенной службы. Режим доступа: World Wide Web. URL: <http://www.customs.ru>.

© И. И. Козлов, 2017

УДК 338.4

А.Н. Короткова, В.Г. Костюкович

студентки 3 курса факультета Экономики и управления

Д.О. Труфанова

студентка 3 курса факультета Высшей школы международного бизнеса

Южный институт менеджмента, г. Краснодар, Российская Федерация

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ХИМИИ И НЕФТЕХИМИИ В РОССИИ

Сегодня мы мало внимания уделяем времени на то, чтобы узнать, что такое химия и нефтехимия; как развивается отрасль в России; какие имеет положительные и отрицательные стороны. Все это важно, так как оно влияет на будущее нашей страны и мира в целом.

На сегодняшний день в России промышленность в области химии и нефтехимии составляет 4,7 % от основного потенциала производственного фонда страны. Нефтехимическая промышленность обеспечивает производство полимеров, синтетических каучуков, смазочных масел, растворителей, красителей, присадок, моющих средств, а также сырья для производства большинства органических соединений.

Некоторые российские виды продукции нефтехимии на рынке мировых технологий занимают ведущие места. Но, не смотря на эти позитивные моменты, стоит отметить, что оборудование в этой отрасли давно уже устарело. Степень износа ключевых производственных фондов составляет 57,8 % , на некоторых производствах степень износа оборудования достигает 80 % .

Сегодня развитие конкурентоспособности в отрасли нефтехимии не возможно без активных вложений. Этот вопрос был затронут в государственной «Стратегии развития химического и нефтехимического комплекса на период до 2030 года», в которой обозначено, что развитие химического комплекса возможно благодаря эффективной государственной поддержке, основными инструментами которой являются государственное финансирование инфраструктурных проектов и государственно - частное партнерство в части реализации промышленных и инфраструктурных проектов.

Но, несмотря на все эти минусы, нужно добавить, что последнее пятнадцать лет для нефтехимии в России стали наиболее удачными с точки зрения повышения объема производства. Так, если в 2010 году выпуск полимеров в РФ составлял 2,8 млн тонн, то уже в 2015 году их выпуск возрос до 4,3 млн тонн.

За последние 7 лет экономисты оценивают рост производства на 7 % . Изготовление полимеров составило 4,4 млн тонн в 2014 году, из которых на полиэтилен приводится 37 % , на полипропилен — 25 % , на поливинилхлорид – 16 % .

Химия и нефтехимия – это промышленность, являющаяся базой в отрасли России на данный момент. Для нашей страны в экономике огромное значение имеет функционирование ее химического комплекса. Эта отрасль играет большую роль в торговле с другими странами и имеет значительный потенциал. Удельный вес выпуска химической продукции в общем объеме промышленного производства на протяжении последних лет стабилен и колеблется в пределах 6 - 7 % .

В 2007 - 2014 гг. производство нефтехимии в стране увеличилось по следующим позициям:

- полиэтилена – более чем на 370 тыс. тонн,
- полипропилена – на 840 тыс. тонн,
- поливинилхлорида – на 350 тыс. тонн,
- полистирола – на 190 тыс. тонн.

Среди наиболее важных факторов, определивших экономический рост в химической индустрии за последние два года, можно выделить следующие:

– заметное оживление производства в других отраслях экономики, и особенно, в химикоемких (в легкой промышленности, машиностроении, в которых темпы производства превышали средний показатель по промышленности);

– повышение ценовой конкурентоспособности химической продукции на внутреннем рынке;

– наличие в стране незагруженных производственных мощностей;

– благоприятная конъюнктура на внешнем рынке сырьевых продуктов.

Правительство разработало план, благодаря которому сейчас равномерно развиваются 6 химических и нефтехимических кластеров – Волжский, Западно - Сибирский, Каспийский, Северо - Западный, Восточно - Сибирский и Дальневосточный. Но на данный момент из них только два обеспечивают основной прирост производства.

В данной отрасли явно прослеживается тенденция скопления капитала, которые проявляются в формировании холдингов или финансово - промышленных групп. И хотя в отрасли пока еще достаточно много предприятий, которые сохраняют относительную самостоятельность, но постоянно увеличивается число компаний, попадающих в сферу влияния той или иной группы.

За последние 3 года «СИБУР» – группа, оказывающая воздействие на развитие отрасли – перешла от газопереработки к производству определенных продуктов нефтехимии и получила контроль над многими предприятиями. Так же в это время происходит формирование еще одной группы «Фосагро», она в настоящее время является крупнейшим игроком на рынке фосфорных удобрений, обеспечивающего более 60 % их производства в России.

Показатели по отставанию от других более развитых стран у России увеличились, особенно с технической стороны. Потеря энергии, сырья и трудовых ресурсов происходит из - за отставания в технологическом развитии, что в дальнейшем приводит к снижению качества продукции. Один из путей решения этой задачи – восстановление научно - исследовательского потенциала химической индустрии, который за годы реформирования экономики был в значительной степени разрушен.

Основным фундаментом могут стать профессиональные работники, финансирование и мощное оснащение, лишь только тогда производство станет экономической базой страны. Главная задача, стоящая перед научно - техническими центрами – это создание новых и улучшение существующих технологий, адаптация закупаемых зарубежных технологий, проведение пилотных испытаний перед внедрением на крупнотоннажном производстве.

Рассмотрев все стороны этой отрасли можно сделать вывод о том, что сейчас российская химия и нефтехимия подвержена развитию и росту. Она стремится выйти на мировые уровни и рынки мирового класса.

Список использованной литературы:

1. Приказ Минпромторга России № 651, Минэнерго России № 172 от 08.04.2014 (ред. от 14.01.2016) «Об утверждении Стратегии развития химического и нефтехимического комплекса на период до 2030 года».

2. Михайлов Л. М. Актуальные проблемы развития нефтехимической отрасли России // ТДР. – 2011. – №8. – С. 123 - 125.

3. Каверин А.А. Стратегические приоритеты развития предприятий нефтепереработки и нефтегазохимии // Вестник ГУУ. – 2015. – №12. – С.13 - 18.

© А.Н. Короткова, В.Г. Костюкович, Д.О. Труфанова, 2017

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ 3D - ПРИНТЕРА МАРКИ «TOTAL ANYFORM 650»

Актуальность данной темы состоит в том, что в последнее время технология 3D печати активно используется в различных отраслях: от медицины до космических летальных аппаратов. Первый действующий прототип появился в Массачусетском технологическом институте в 1995 году [1]. Он создавал изображения не на бумаге, а в специальной емкости, и они были объемными. Тогда же появилось понятие «3D - печать» и первый 3D - принтер.

Понятие «3d - принтер» появилось в нашей повседневной речи совсем недавно, несколько лет назад. И большинство из нас понимают его смысл, но не многие знают, как он устроен и как он работает.

3D - принтер — это периферийное устройство, использующее метод послойного создания физического объекта по цифровой 3D - модели.

3D - принтер удовлетворяет такие потребности человека, как физиологические, потому что он может сделать деталь необходимую в повседневной жизни. Также 3D - принтер может удовлетворить потребность в безопасности. Впервые общедоступное оружие из 3d принтера появилось весной 2013 году. Это был культовый пистолет Liberator.380, напечатанный на принтере Stratasys Dimension SST[2].

В 2013 г. израильский дизайнер Данил Пелен развивала свой творческий потенциал с помощью 3D - принтера. А в 2015 г. она с партнерами из GerberTechnology сконструировала модель платья для параолимпийской спортсменкой Эми Перди.

Для того чтобы собрать данные для анализа, была составлена анкета, которая требует тщательной разработки, опробования и устранения выявленных недостатков до начала ее широкого использования [3]. Цель анкетирования состоит в оценке существующей рыночной конъюнктуры и конкурентоспособности 3d - принтера марки «Total Anyform 650».

В результате исследования было опрошено 25 респондентов жителей города Уфа. Каждый из них ответил на 22 вопроса анкеты.

В результате анализа анкетированного опроса было выявлено, что:

- 1) 60 % опрошенных приобрели принтер с лазерным видом плавления;
- 2) 42 % считают, что 3D - принтер «Total Anyform 650» оправдывает свою цену тем, что имеет большую область построения и удобный интерфейс для работы;
- 3) 53 % считают, что 3D - принтер «Total Anyform 650» превосходит аналоги тем, что можно работать со множеством расходных материалов.

Для разбивки потенциальных потребителей на рынке на различные сегменты, в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга и выявление целевого сегмента, применяется сегментация рынка.

Сегмент — группа покупателей, обладающая похожими потребностями, желаниями и возможностями. По результатам сегментирования к целевому сегменту относятся мужчины старше 35 лет, которые используют лазерный 3D - принтер для работы.

Решающим фактором коммерческого успеха товара на развитом конкурентном рынке является его конкурентоспособность. Для обеспечения конкурентоспособности товаров предприятие занимается улучшением качественных характеристик выпускаемой продукции, используя маркетинг как управление фирмой на основе изучения рынка, новых источников сырья и видов готовой продукции.

Основой оценки конкурентоспособности является сравнение характеристик анализируемых товаров с конкретной потребностью и выявлении их соответствия друг другу. Для объективной оценки необходимо использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая товар на рынке [4].

Любой товар, предлагаемый для потребления и использования, должен проходить проверку на степень удовлетворения потребностей. Одной из процедур такой проверки является установление конкурентоспособности товара. Она рассчитывается на основании двух групп параметров:

- технических;
- экономических.

Технические характеристики 3D - принтера: габариты, скорость построения, толщина слоя, мощность лазера.

Экономические характеристики 3D - принтера: цена товара, дизайн.

Коэффициент конкурентоспособности:

$$I_{кс} = \frac{I_{mn}}{I_{эн}}, (1)$$

где $I_{кс}$ – интегральный показатель конкурентоспособности товара;

I_{mn} – групповой показатель по техническим параметрам;

$I_{эн}$ – групповой показатель по экономическим параметрам.

Товар считается конкурентоспособным, если $I_{кс} > 1$.

Рассчитаем групповой показатель по техническим параметрам в соответствии с формулой:

$$I_{di} = \sum_{i=1}^n q_i \cdot a_i, (2)$$

где q_i – единичный показатель по i - му техническому параметру товара;

n – количество технических параметров, подлежащих оценке;

a_i – коэффициент относительной важности i - го параметра.

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i0}}, (3)$$

где P_i , P_{i0} – значения показателей анализируемого товара и товара - образца соответственно.

Таблица 1 – Результаты расчета конкурентоспособности

Характеристика	MakerBot	Totalz	3D System	XYZprinting	Весомость
Область построения, мм	0,033	0,0405	0,033	0,033	0,09
Температура, град	0,024	0,033	0,0405	0,033	0,09
Толщина слоя, микрон	0,068	0,083	0,083	0,08325	0,185

Цена, руб	0,033	0,016	0,033	0,0405	0,09
Скорость печати, мм / сек	0,024	0,033	0,0243	0,0405	0,09
Вес	0,0405	0,016	0,0243	0,033	0,09
Расходники, шт	0,024	0,0405	0,024	0,033	0,09
Количество головок, шт	0,033	0,024	0,0405	0,024	0,09
Дизайн	0,0405	0,05	0,083	0,068	0,185
$I_{тн}$	0,32	0,345	0,385	0,389	
$I_{эп}$	0,45	0,27	0,45	0,37	
К	0,7	1,28	0,9	1,05	

В результате расчетов получили групповой показатель по техническим параметрам равный 0,345 и групповой показатель по экономическим параметрам равный 0,27.

В соответствии со значениями групповых показателей коэффициент конкурентоспособности равен 1,28. Так как коэффициент конкурентоспособности больше 1, то 3D - принтер Total Anyform 650 можно считать конкурентоспособным товаром.

Благодаря своим высоким техническим характеристикам, продукция, выпускаемая под торговой маркой Total Z [5], имеет широкую сферу своего применения. 3D - принтеры Anyform с одинаковым успехом могут использоваться как в быту, так и в профессиональной деятельности, в том числе и для быстрой и высококачественной печати габаритных моделей с соблюдением всех необходимых технологических норм и требований. Российские 3D - принтеры Anyform 650 [6], оснащённые одним экструдером, нагреваемой платформой из сплава алюминия с возможностью перемещения по оси Z, а так же возможностью установки сменной стеклянной поверхности, занимают лидирующую позицию среди промышленных 3D - принтеров.

Список использованной литературы:

1. История развития 3D - печати [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pechat-3d.ru/3d-printer/istoriya-razvitiya-3d-pechati.html>
2. Печать оружия на 3D [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://make-3d.ru/articles/pechat-oruzhiya-na-3d-printere/>
3. Методика и техника составления анкеты [Электронный ресурс] – Режим доступа: efleader.ru/jgebewujgpolyfs.html
4. С. П. Бурланков. Конкурентоспособность товара и ее роль в развитии конкурентоспособности предприятия [электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_25339068_59034402.pdf
5. Total Z - 3D принтеры нового поколения [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://totalz.ru/>
6. 3D - принтер Anyform 650 - Pro [электронный ресурс] – <http://3dtoday.ru/3d-printers/total-z/anyform-650-pro/>

© Н.П. Кузнецова, А.В. Захарова 2017

МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА: ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО МЕТОДА В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современные условия ведения бизнеса все чаще вызывают необходимость изменения имеющихся и сложившихся стереотипов в практике управления предприятием. От руководителей все больше требуется обосновывать и принимать стратегические решения, а так же умение предвидеть тенденции и перспективы развития организации [1; 10], осуществляя тем самым стратегический анализ. Практика хозяйствующих субъектов показывает, что процедура определения оптимального метода стратегического анализа и внедрения его в деятельность большинства отечественных предприятий нуждается в тщательной проработке. При этом отечественные и международные аналитики, эксперты считают, что российский рынок вступил в ту стадию, когда отсутствие разработанной стратегической линии поведения мешает предприятиям на каждом шагу. И констатируют, что руководству организаций, к сожалению, не хватает опыта и ясного понимания целевой направленности проведения стратегического анализа и каким образом можно определить оптимальный метод, отвечающий всем запросам системы управления данной организации [2; 7]. Осознание необходимости данных действий во многом подтверждает актуальность дальнейших исследований в области применения методов стратегического анализа для приобретения реального конкурентного преимущества.

Стратегический анализ, в данном контексте, принято рассматривать как средство преобразования данных, полученных в результате анализа внутренней и внешней (деловой, конкурентной) среды, в стратегию развития предприятия [12; 13]; как начальный этап стратегического планирования и основу для выбора альтернативных вариантов управленческих решений стратегического характера. Сущность стратегического анализа в разрезе обеспечения конкурентоспособности организации заключается в том, чтобы выявить и отследить динамику, характер и тенденции внешнего окружения, дать оценку степени и составу влияния рисков, оценить потенциал компании, определив ее сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.

В данном контексте актуальным является вопрос определения оптимального метода стратегического анализа. В специализированной литературе [3;5 - 9;11 - 16] можно детально встретить различные подходы к классификации методов стратегического анализа и методикам их проведения.

В ряде источников предлагается деление методов на три группы [2; 3]: 1) экономико - аналитические: методы динамического, нелинейного и линейного программирования, теория массового обслуживания, теория игр и т.д.; 2) графо - аналитические: сетевые, экстрополяционные, методы корреляции трендов, регрессионно - аналитические и т.д.; 3) расчетно - аналитические: нормативный, балансовый, инженерно - экономические и др.

Другой подход позволяет представить группировку ситуационных и комплексных методов и моделей стратегического анализа, включающую анализ различных объектов управления, как в отдельности, так и в совокупности. Ситуационные методы (кривая опыта, дерево целей, модель БКГ, метод стратегических карт, STEP - анализ, GAP - анализ и др.) используются для анализа в конкретных условия. Комплексные методы (SWOT - анализ, портфельный анализ и др.) позволяют анализировать и решать задачи нескольких этапов стратегического управления [2; 6].

Благодаря стратегическому анализу, проводимому в контексте повышения конкурентоспособности руководству предприятия, становится возможным: во - первых - понимать и отслеживать влияние факторов внешней деловой среды; во - вторых - предвидеть тенденции развития бизнеса; в - третьих - сформировать и реализовать стратегию, тем самым осуществив стратегический выбор. Стратегический анализ является комплексной процедурой, которая состоит из большого набора частных анализов. В таблицу 1 сведем методы, наиболее часто используемые для сбора и обработки аналитической информации, позволяющие оценить деловую среду организации.

Таблица 1

Методы стратегического анализа

Название метода	Краткая характеристика
PEST - анализ	Инструмент по стратегическому долгосрочному планированию, позволяющий анализировать внешние влияния предпринимательской среды на хозяйствующий субъект по схеме «фактор—организация», его потенциал и направление для развития (по основным факторам - P – political; E – economic; S – social; T – technological).Его результаты применяют, чтобы определить угрозы и возможности при SWOT - анализе
SWOT - анализ	Метод стратегического планирования, позволяющий идентифицировать современную локализацию организации в ее жизненном цикле путем оценки сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды: сила (S - Strength); слабость (W - Weakness); возможности (O - Opportunities); угрозы (T - Treats). Помогает наглядно представить основные факторы, а также оценить в первом приближении математическое ожидание тех или иных событий
SNW - анализ	Метод, позволяющий оценить потенциал организации по трем позициям (сильная позиция S – соответствует лидеру на рынке; нейтральная позиция N – среднерыночная позиция; слабая позиция W – соответствует компании с показателями ниже среднерыночных).
SPACE - анализ	Комплексный метод анализа позиций на рынке и выбора оптимальной стратегии для средних и малых предприятий. Направлен на оценку стратегических путей развития организации и представляет собой последовательность

	определения стратегических направлений развития и выхода из кризисной ситуации. Сущность состоит в оценке факторов, влияющих на деятельность фирмы, к числу которых относят: факторы стабильности обстановки (внешнее условие бизнеса); оценка конкурентного статуса (факторы конкурентных преимуществ); факторы привлекательности отрасли и факторы финансового состояния предприятия (стратегический потенциал)
Матрица BCG	Создана для анализа актуальности продуктов компании, исходя из их положения на рынке относительно роста спроса данной продукции и занимаемой компанией доли на рынке. Применяется для правильного распределения финансовых ресурсов среди составляющих стратегического портфеля организации, а так же для формирования долгосрочных планов.
Матрица Mckinsey	Усовершенствованная матрица BCG дает более полное представление о стратегическом положении фирмы и обусловленном ею выборе стратегических решений. В матрице фактор «возможности расширения рынка» превратился в многофакторное понятие «привлекательность рынка», а фактор «относительная доля рынка» преобразован в понятие «стратегическое положение фирм», являющееся измерителем позиции фирмы на рынке. В отличии от BCG данная матрица применима при многообразных условиях конкуренции.
Модель «Mckinsey - 7S»	Модель «Mckinsey - 7S» в отличие от рассмотренных выше моделей не предлагает готовых вариантов выбора стратегии. Эта модель — способ осмысления основных внутренних факторов организации, оказывающих влияние на перспективу. К этим факторам относятся: стратегия, сумма навыков, общность ценностей, структура организации, системы, сотрудники фирмы, стиль.
Модель PIMS («Воздействие на прибыль маркетинговой стратегии»)	Модель, в которой осуществлен формализованный подход в стратегическом анализе (выборе). В рамках регрессионной модели определяются не только факторы, которые наиболее тесно взаимосвязаны с рентабельностью, но и степень их относительного влияния как переменных на целевую функцию. Целевыми функциями являются бухгалтерская рентабельность инвестиций (ROI и поток наличности (Cash Flow). Недостаток модели PIMS — склонность к несколько механическому взгляду и отрыв от реалий бизнеса.
Модель «5 сил Портера»	Методика для анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса. Метод позволяет оценить степень конкуренции в отрасли и определить возможности снижения прибыльности и отразить объективное состояние конкурентного окружения в конкретный момент времени. Проводится оценка значения 5 конкурентных

	сил (внутри - отраслевая конкуренция, угроза со стороны новых конкурентов, сильная позиция поставщиков, сильная позиция покупателей, угроза со стороны продуктов - заменителей) и их влияние на деятельность организации.
Модель ADL / LC	Многофакторная модель для стратегического анализа. Ее исходное предназначение состояло в том, чтобы обеспечить менеджеров оригинальной методикой стратегического анализа и планирования, дать им по возможности мощный инструмент анализа портфельных стратегий для определения разумной диверсификации деятельности многоотраслевой организации, который можно было бы использовать как на корпоративном уровне, так и на уровне отдельных хозяйственных звеньев предприятия. Основное теоретическое положение модели ADL / LC состоит в том, что и отдельно взятый вид бизнеса любой организации может находиться на одной из указанных стадий жизненного цикла, и, следовательно, его нужно анализировать в соответствии именно с этой стадией.

Составлено на основе [1; 2; 5; 8;9; 11; 13; 14; 15; 16]

Перечисленные в таблице методы не исчерпывают всего многообразия арсенала инструментов стратегического анализа. Несмотря на то, что достигнуты определенные результаты в теоретическом исследовании проблемы определения инструментария стратегического анализа, определение оптимального «единственного» метода в настоящее время затруднено. Руководству предприятий при выборе оптимального метода следует руководствоваться определенными принципами концепции конкурентоспособности [4; 11]. На наш взгляд в качестве основополагающих принципов необходимо рассматривать:

1) Комплексный характер направленности мероприятий достижения конкурентоспособности предприятия, основанный на достижении ресурсных управленческих и продуктовых конкурентных преимуществ.

2) Ориентация на постоянное поддержание и развитие конкурентных преимуществ предприятия и признание их основополагающей роли.

3) Концентрация усилий на развитии научно - производственной базы промышленного предприятия и выделение инновационной составляющей развития предприятия как приоритетной для достижения устойчивого и уникального характера конкурентоспособности.

4) Учет факторов внешнего и внутреннего окружения, определяющих конкурентоспособность предприятия на входе в систему предприятия, в самой системе и на выходе.

Опора на перечисленные принципы в конкретных условиях позволит руководству предприятия определиться с «оптимальным» набором методов, необходимых для проведения всестороннего, качественного, компетентного стратегического анализа.

В заключении следует отметить, что управление организацией в современных условиях требует от руководителей стратегического мышления и умения разрабатывать стратегию. Для достижения успеха отечественным предприятиям, опираясь на опыт зарубежных

коллег, необходимо использовать стратегический анализ во всем его многообразии. Реализация задач стратегического анализа позволяет создать систему мониторинга финансово - экономических индикаторов долгосрочного развития организации, в соответствии с которой оперативно корректируются и оптимизируются финансовая, производственная, коммерческо - сбытовая, социальная стратегии, способствуя обеспечению конкурентоспособности компании в длительной перспективе.

Список использованной литературы

1. Алексеева Е.А., Кузнецова Н.В. К вопросу роли стратегического анализа в повышении конкурентоспособности предприятий // Управление организацией, бухгалтерский учет и экономический анализ: вопросы, проблемы и перспективы развития. Материалы II Всероссийской научно - практической конференции. - Магнитогорск, 2017. - С. 85 - 89.
2. Алексеева Е.А., Кузнецова Н.В. Методы стратегического анализа: опыт применения метода стратегических карт в практике современных предприятий // Современный менеджмент: теория и практика. Материалы II Всероссийской научно - практической конференции. - Магнитогорск, 2017. - С. 51 - 56.
3. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. 5 - е изд. / Пер.с англ. Под ре. В.Н.Фунтова. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
4. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия. Учебное пособие. - 3 - е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 336 с.
5. Казакова Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 500 с.
6. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое управление и хозяйственная политика. - М., 1982. – 400с.
7. Конкурентоспособность территорий и качество жизни населения: подходы, оценки, перспективы: Монография / Бийбосунова С.К., Бобровицкий А.В., Гладкий А.В., Гукалова И.В., Запотоцкий С.П., Кузнецова Н.В., Позмогов А.И., Позмогов И.А., Рассохина Т.В. – Новосибирск: Изд. «СибАК», 2015. – 246с.
8. Кузнецова Н.В. К вопросу выбора инструментов оценки конкурентной среды предприятий общественного питания // Сборники НИЦ Социосфера. – 2015. - № 36. – С.37 - 40.
9. Кузнецова Н.В. Методы принятия управленческих решений / учебное пособие. – М.: Инфра - М, 2015. – 222с.
10. Кузнецова Н.В. Управление конкурентоспособностью в региональном аспекте (на примере горнолыжного курорта ООО «Абзаково») // Курортно - рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. - 2014. - № 1. – С.62 - 65.
11. Кузнецова Н.В., Терентьева Ю.Г., Алексеева Е.А. Конкурентоспособность предприятия: к вопросу выбора оптимального метода оценки // Проблемы современной науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции .Ч.1. – Уфа: АЭТЕРНА, 2015. – С. 137 - 142.
12. Москалева Е.Г. Стратегический анализ в деятельности фирмы – функция и ее организация. Режим доступа: URL: http://sisupr.mrsu.ru/2013-2/PDF/moskaleva_e_e_g_.pdf

13. Руденко М.Н. Стратегическое планирование: учеб. пособие / М. Н. Руденко, Е. Д. Оборина, Д. Н. Письменников; Перм. гос. нац. исслед. ун - т. – Пермь, 2014.– 96с.

14. Сафиуллин М.Р., Зайнуллина М.Р. Современный стратегический анализ. Конспект лекций. / М.Р.Сафиуллин, М.Р. Зайнуллина; Каз.федер.ун - т. - Казань, 2013: - 109 с.

15. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Е. Ю. Кузнецова [и др.] ; под общей ред. проф., д - ра экон. наук Е. Ю. Кузнецова. — Екатеринбург : Изд - во Урал. ун - та, 2016. — 131,[1] с.

16. Стратегический менеджмент / Под ред. Петрова А. Н. — СПб.: Питер, 2005. — 496 с: ил. — (Серия «Учебник для вузов»).

© Н.В. Кузнецова, 2017

УДК 338.001.36

Н. П. Кузнецова, А. В. Захарова

К.э.н., доцент, студентка 3 курса

ИНЭК, УГАТУ

Г. Уфа, Российская Федерация

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ 3D - ПРИНТЕРА МАРКИ «TOTAL ANYFORM 650»

Актуальность данной темы состоит в том, что в последнее время технология 3D печати активно используется в различных отраслях: от медицины до космических летальных аппаратов. Первый действующий прототип появился в Массачусетском технологическом институте в 1995 году [1]. Он создавал изображения не на бумаге, а в специальной емкости, и они были объемными. Тогда же появилось понятие «3D - печать» и первый 3D - принтер.

Понятие «3d - принтер» появилось в нашей повседневной речи совсем недавно, несколько лет назад. И большинство из нас понимают его смысл, но не многие знают, как он устроен и как он работает.

3D - принтер — это периферийное устройство, использующее метод послойного создания физического объекта по цифровой 3D - модели.

3D - принтер удовлетворяет такие потребности человека, как физиологические, потому что он может сделать деталь необходимую в повседневной жизни. Также 3D - принтер может удовлетворить потребность в безопасности. Впервые общедоступное оружие из 3d принтера появилось весной 2013 году. Это был культовый пистолет Liberator.380, напечатанный на принтере Stratasys Dimension SST[2].

В 2013 г. израильский дизайнер Данил Пелен развивала свой творческий потенциал с помощью 3D - принтера. А в 2015 г. она с партнерами из GerberTechnology сконструировала модель платья для параолимпийской спортсменкой Эми Перди.

Для того чтобы собрать данные для анализа, была составлена анкета, которая требует тщательной разработки, опробования и устранения выявленных недостатков до начала ее широкого использования [3]. Цель анкетирования состоит в оценке существующей

рыночной конъюнктуры и конкурентоспособности 3D - принтера марки «Total Anyform 650».

В результате исследования было опрошено 25 респондентов жителей города Уфа. Каждый из них ответил на 22 вопроса анкеты.

В результате анализа анкетированного опроса было выявлено, что:

4) 60 % опрошенных приобрели принтер с лазерным видом плавления;

5) 42 % считают, что 3D - принтер «Total Anyform 650» оправдывает свою цену тем, что имеется большая область построения и удобный интерфейс для работы;

6) 53 % считают, что 3D - принтер «Total Anyform 650» превосходит аналоги тем, что можно работать со множеством расходных материалов.

Для разбивки потенциальных потребителей на рынке на различные сегменты, в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга и выявление целевого сегмента, применяется сегментация рынка.

Сегмент — группа покупателей, обладающая похожими потребностями, желаниями и возможностями. По результатам сегментирования к целевому сегменту относятся мужчины старше 35 лет, которые используют лазерный 3D - принтер для работы.

Решающим фактором коммерческого успеха товара на развитом конкурентном рынке является его конкурентоспособность. Для обеспечения конкурентоспособности товаров предприятие занимается улучшением качественных характеристик выпускаемой продукции, используя маркетинг как управление фирмой на основе изучения рынка, новых источников сырья и видов готовой продукции.

Основой оценки конкурентоспособности является сравнение характеристик анализируемых товаров с конкретной потребностью и выявлении их соответствия друг другу. Для объективной оценки необходимо использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая товар на рынке [4].

Любой товар, предлагаемый для потребления и использования, должен проходить проверку на степень удовлетворения потребностей. Одной из процедур такой проверки является установление конкурентоспособности товара. Она рассчитывается на основании двух групп параметров:

- технических;
- экономических.

Технические характеристики 3D - принтера: габариты, скорость построения, толщина слоя, мощность лазера.

Экономические характеристики 3D - принтера: цена товара, дизайн.

Коэффициент конкурентоспособности:

$$I_{кс} = \frac{I_{mn}}{I_{эп}}, \quad (1)$$

где $I_{кс}$ – интегральный показатель конкурентоспособности товара;

I_{mn} – групповой показатель по техническим параметрам;

$I_{эп}$ – групповой показатель по экономическим параметрам.

Товар считается конкурентоспособным, если $I_{кс} > 1$.

Рассчитаем групповой показатель по техническим параметрам в соответствии с формулой:

$$I_{\text{от}} = \sum_{i=1}^n q_i \cdot a_i, (2)$$

где q_i – единичный показатель по i - му техническому параметру товара;

n – количество технических параметров, подлежащих оценке;

a_i – коэффициент относительной важности i - го параметра.

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i0}}, (3)$$

где P_i, P_{i0} – значения показателей анализируемого товара и товара - образца соответственно.

Таблица 1 – Результаты расчета конкурентоспособности

Характеристика	MakerBot	Totalz	3D System	XYZprinting	Весомость
Область построения, мм	0,033	0,0405	0,033	0,033	0,09
Температура, град	0,024	0,033	0,0405	0,033	0,09
Толщина слоя, микрон	0,068	0,083	0,083	0,08325	0,185
Цена, руб	0,033	0,016	0,033	0,0405	0,09
Скорость печати, мм / сек	0,024	0,033	0,0243	0,0405	0,09
Вес	0,0405	0,016	0,0243	0,033	0,09
Расходники, шт	0,024	0,0405	0,024	0,033	0,09
Количество головок, шт	0,033	0,024	0,0405	0,024	0,09
Дизайн	0,0405	0,05	0,083	0,068	0,185
$I_{\text{тн}}$	0,32	0,345	0,385	0,389	
$I_{\text{эп}}$	0,45	0,27	0,45	0,37	
К	0,7	1,28	0,9	1,05	

В результате расчетов получили групповой показатель по техническим параметрам равный 0,345 и групповой показатель по экономическим параметрам равный 0,27.

В соответствии со значениями групповых показателей коэффициент конкурентоспособности равен 1,28. Так как коэффициент конкурентоспособности больше 1, то 3D - принтер Total Apuform 650 можно считать конкурентоспособным товаром.

Благодаря своим высоким техническим характеристикам, продукция, выпускаемая под торговой маркой Total Z [5], имеет широкую сферу своего применения. 3D - принтеры Apuform с одинаковым успехом могут использоваться как в быту, так и в профессиональной деятельности, в том числе и для быстрой и высококачественной печати

габаритных моделей с соблюдением всех необходимых технологических норм и требований. Российские 3D - принтеры Anyform 650 [6], оснащённые одним экструдером, нагреваемой платформой из сплава алюминия с возможностью перемещения по оси Z, а так же возможностью установки сменной стеклянной поверхности, занимают лидирующую позицию среди промышленных 3D - принтеров.

Список использованной литературы:

1. История развития 3D - печати [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pechat-3d.ru/3d-printer/istoriya-razvitiya-3d-pechati.html>
2. Печать оружия на 3D [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://make-3d.ru/articles/pechat-oguzhiya-na-3d-printere/>
3. Методика и техника составления анкеты [Электронный ресурс] – Режим доступа: efleader.ru/jgebewujpolyfs.html
4. С. П. Бурланков. Конкурентоспособность товара и ее роль в развитии конкурентоспособности предприятия [электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_25339068_59034402.pdf
5. Total Z - 3D принтеры нового поколения [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://totalz.ru/>
6. 3D - принтер Anyform 650 - Pro [электронный ресурс] – <http://3dtoday.ru/3d-printers/total-z/anyform-650-pro/>

© Н.П. Кузнецова, А.В. Захарова 2017

УДК 339.137.24

Н. П. Кузнецова, Р.Р. Фахретдинов

К.э.н., доцент, студент 3 курса
ИНЭК, УГАТУ

Г. Уфа, Российская Федерация

ИССЛЕДОВАНИЕ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРФОРАТОРА МАРКИ «BOSCH GBH 2 - 26 DRE»

Вопрос качества и конкурентоспособности продукции для производителя носит сегодня универсальный характер. Конкурентоспособность — это совокупность потребительских и стоимостных характеристик товара, а также деловая репутация поставщика, определяющие успех на рынке, т.е. преимущество именно данного товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров - аналогов [1].

Для того чтобы изучить конкурентоспособность перфоратора марки «Bosch GBH 2 - 26 DRE», проведем анкетный опрос, изучим параметры для оценки конкурентоспособности и рассчитаем его коэффициент.

Для сбора первичных данных составлена анкета. В результате исследований было опрошено 25 респондентов в городе Уфа. Каждый из них ответил на 20 вопросов анкеты.

В результате анализа анкетированного опроса установлено, что:

- 1) 33 % из опрошенных в качестве перфоратора используют инструмент марки «Bosch»;
- 2) 67 % считают, что перфораторы марки «Bosch» отличает высокий уровень надежности;
- 3) 74 % считают, что перфоратор «Bosch GBH 2 - 26 DRE» прост в обслуживании и применении.
- 4) для 48 % опрошенных, цена является главным фактором при покупке перфоратора

Далее была проведена сегментация рынка потенциальных потребителей, в результате которой был выделен целевой сегмент, к которому относятся потребители, работающие в области строительства и готовые приобрести инструмент за 8–15 тыс.руб. Также можно сделать вывод, что наиболее потребляемыми являются инструменты, представленные Германией и Японией.

Конкурентоспособность – понятие, четко привязанное к конкретному рынку и времени продажи, которое можно определить, только сравнивая товары конкурентов между собой.

Основой оценки конкурентоспособности является сравнение характеристик анализируемых товаров с конкретной потребностью и выявлении их соответствия друг другу. Для объективной оценки необходимо использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая товар на рынке [2].

Номенклатура параметров, которая используется при оценке конкурентоспособности товара, состоит из двух обобщающих групп:

- 1) технические параметры;
- 2) экономические параметры.

Таблица 1 – Параметры конкурентоспособности

Параметр	Марка			
	Bosch	Makita	Hilti	Hitachi
Мощность перфоратора, Вт	800	780	650	850
Сила удара, Дж	2,7	2,7	1,5	3,4
Диаметр сверления (бетон), мм	до 26	до 24	до 18	до 26
Число ударов в минуту, уд / мин	до 4000	до 4500	до 3200	до 4300 уд / мин
Вес, кг	2,7	2,6	2,4	2,9
Цена, руб.	8610	8490	10 773	9350

Коэффициент конкурентоспособности находим по формуле:

$$K = \frac{I_T}{I_{\Sigma}}, (1)$$

где I_{mn} – индекс технических параметров;

I_{Σ} – индекс экономических параметров.

$$I_T = \sum a_i \cdot q_i, (2)$$

a_i – коэффициент весомости i -го параметра;

q_i – единственный показатель по i -му техническому параметру товара.

$$I_{\text{э}} = \frac{P_o}{P_k}, (3)$$

P_o – цена потребления оцениваемого товара;

P_k – цена потребления конкурирующего товара.

В таблице 2 представлены результаты расчета коэффициента конкурентоспособности

Таблица 2 – Результаты расчета
коэффициента конкурентоспособности

	Марка			
	Bosch	Makita	Hilti	Hitachi
I_T	1.333	1.221	0.664	1
$I_{\text{э}}$	0.736	0.680	0.949	1
К	1,81	1,79	0,699	1

В результате расчетов, можно сделать вывод, что перфоратор Bosch является наиболее конкурентоспособным. Перфоратор Makita HR2470FT также имеет высокий коэффициент конкурентоспособности. На сегодняшний день данные марки перфораторов являются лидерами на рынке.

Перфоратор Bosch GBH 2 - 26 DRE – удобный многофункциональный инструмент для применения в строительных и ремонтных работах. Высокая мощность инструмента позволяет сверлить отверстия в стали диаметром до 13 мм, в бетоне до 26 мм [3]. Перфоратор работает в трех режимах: сверление, сверление с ударом и долбление. Энергия удара обеспечивает высокую скорость сверления твердых материалов.

Смена рабочих насадок производится, благодаря быстрозажимному патрону SDS - plus. Система Vario - Lock обеспечивает фиксацию перфоратора в 36 угловых положениях. Среди функций также стоит выделить блокировку вращения для долбления, блокировку удара для сверления и функцию реверса [4].

Список использованной литературы:

1. Конкурентоспособность товаров: понятие, сущность, методы оценки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/143729/metodiki-otsenki-konkurentosposobnosti-tovara>
2. Конкурентоспособность [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost-tovara.html>
3. Электроинструменты Bosch [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://www.bosch-professional.com/ru>
4. Инструмент для работы [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://alltool.org/elektroinstrument/otbojnye-molotki/item/perforator-bosch-gbh-2-26-dre>

© Н.П. Кузнецова, Р.Р. Фахретдинов 2017

ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕЖКИ ФИРМЫ: СПОСОБЫ МИНИМИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных условиях, уделяется все большее внимание такому виду издержек, как транзакционным. Транзакционные издержки – это издержки, возникающие на всех этапах процесса обмена правами собственности, обусловленными действующими формальными и неформальными институтами. Снижение транзакционных издержек представляет огромную ценность для основных хозяйствующих субъектов – государства, фирмы и домохозяйства.

Рассмотрим фирму как один из тех экономических субъектов, для которых является важным отслеживать динамику как внешних, так и внутренних транзакционных издержек, потому что от их объема зависит прибыль, которую получит фирма после коммерциализации инновационных разработок. Среди главных субъектов инновационной системы необходимо выделить малое предпринимательство, как наиболее развивающийся сегмент, способный предоставлять экономике много новых бизнес - проектов и осуществлять свою деятельность в области научно - исследовательских разработок [1, с. 91 - 93].

Полагаем, что фирма способна снизить затраты на взаимодействие с другими экономическими субъектами с помощью установления доверительной атмосферы, увеличения частоты заключаемых контрактов, а также перехода к таким формам контракта, которые позволят максимально полно удовлетворить интересы обеих сторон: классическому, неоклассическому (пролонгируемому) либо отношенческому, позволяющему владельцам специфических и интерспецифических ресурсов взаимодействовать с минимальными транзакционными затратами. Также фирма имеет возможность снижать транзакционные издержки на обучение своих сотрудников путем введения корпоративного обучения, в частности, онлайн - обучения. Временные затраты на поиск сотрудников, обладающих соответствующей предприятию квалификацией, зачастую высоки, поэтому выгоднее становится «заточить специалистов» в соответствии со спецификой того или иного рода деятельности.

Если рассматривать долю транзакционных издержек, которые приходится на повышение квалификации работников, то в российских фирмах они составляют около 3 % средств фонда оплаты труда. В результате экономический эффект от вложенных средств на повышение квалификации и переобучение сотрудников в условиях инновационной экономики более высокий, по сравнению с вложениями в средства производства. Затраты вполне оправданы, так как экономические показатели, полученные после прохождения сотрудниками курса корпоративного обучения, находятся на более высоком уровне, чем до участия в программах повышения профессионального уровня. Существует несколько

методик, позволяющие оценить эффективность корпоративного образования: модель Киркпатрика, изменение балансовой стоимости, субъектно - ориентированный подход к оценке эффективности корпоративного обучения [2] и др.

В крупных фирмах есть свои учебные центры, но с целью снижения затрат на обучение и переобучение кадров, считаем, целесообразнее обратиться руководству фирмы в специализирующиеся на корпоративном обучении структуры, такие как Топ - Менеджмент Консалт, Персонал - 911, SRC Школа бизнеса, Школа бизнеса «Управляй будущим», Богданов & партнеры, Академия инноваций «Атриз», CBSD / Thunderbird Russia и другие компании, которые предлагают услуги по повышению квалификации сотрудников в виде лекций, семинаров, тренингов, деловых игр.

Также существует возможность повышения квалификации работников в формате e - learning, позволяющее с меньшими временными и финансовыми издержками повышать профессиональный уровень работников фирмы, что стало возможным благодаря распространению ИКТ (высокая роль в этом принадлежит институту государства), которые в последнее время занимают особенно важное место в современном мире.

Что касается специфических и идиосинкратических ресурсов, которыми обладает фирма либо ее работник, то минимизировать оппортунистические издержки, как вымогательства, так и отлынивания возможно при помощи заключения контракта, тип которого является оптимальным для той ли иной ситуации. Если контрагенты ранее не были связаны общей деятельностью, то предпочтительным является заключение контракта с достаточно строгими условиями в целях исключения оппортунистического поведения (в таких случаях, если идиосинкратическим ресурсом является специалист (его знания являются настолько важными для обеспечения эффективной деятельности инновационного предприятия), то примером такого оптимального контракта может стать трудовой договор, заключенный на определенный срок, что сведет к минимуму возможные последствия проявления оппортунизма). А если же обе стороны (фирмы) ранее уже имели успешный опыт взаимодействия, то заключение будет выгодно неоклассического либо отношенческого контракта, которые предполагают больший интерес и работодателя, и работника обеспечить длительность и непрерывность отношений. Такие контракты не являются жестко стандартизированными и предполагают вариативность взаимодействия. Если сделки совершаются с высокой частотой, это способствует укреплению межфирменных отношений посредством установлению доверительной атмосферы, которая, в свою очередь, значительно снижает транзакционные издержки поиска контрагента, затраты измерения качества предмета взаимодействия, а также позволяет максимально сократить издержки оппортунистического поведения.

В современной экономике остаются высокими транзакционные издержки взаимодействия экономических субъектов, что может подтолкнуть фирму к укрупнению с помощью объединения горизонтального, вертикального либо диверсификационного типа с целью снижения транзакционных издержек, трансформировав внешние сделки во внутренние.

Замена рыночных отношений механизмом административного руководства некоторое время приносит свои результаты в снижении затрат, но в определенный момент происходит ухудшение управляемости фирмой (когда всем отделам фирмы становится сложнее взаимодействовать), что, несомненно, приводит к росту внутренних

транзакционных издержек, в частности, появляются сложности в управлении фирмой, а также происходит рост бюрократизации и издержек политизации. В таком случае значительной минимизации транзакционных издержек может способствовать внедрение ERP - системы (Enterprise Resource Planning System — системы планирования ресурсов предприятия) - корпоративной информационной системы (КИС), которые охватывают все ключевые процессы деятельности компании. ERP является более современной версией MRP (Material Requirement Planning — планирование материальных потребностей) и MRP II (Manufacturing Resource Planning — планирование производственных ресурсов) – корпоративные информационные системы, при внедрении которых и использовании возникали трудности, справиться с которыми предстояло ERP - системе, способствующей интеграции всех отделов и функций компании в единую систему, при этом все департаменты работают с единой базой данных и им проще обмениваться между собой разного рода информацией [3, с. 24 - 28]. ERP - система заменяет старые разрозненные компьютерные системы по финансам, управлению персоналом, контролю над производством, логистике, складу одной унифицированной системой, состоящей из программных модулей, которые повторяют функциональность старых систем. Сотрудники, работающие в разных подразделениях, видят одну информацию и могут обновлять её в своей части. Когда один департамент заканчивает работу над заказом, заказ автоматически переадресовывается в другой департамент внутри самой системы. Но также имеются некоторые недостатки, например, внедрение требует от предприятия крупных финансовых вложений; информация в базе ERP - системе должна быть точной и обновленной; длительного адаптационного периода персонала; при пересмотре плана не учитываются временные рамки выполнения конкретных операций [4, с. 126].

Способом снижения транзакционных издержек фирмы при росте внутренних затрат является использование помимо традиционной формы трудовых отношений такие новые формы, как аутсорсинг (фрилансинг), краудсорсинг, оффсорсинг, инсорсинг, и др., главная особенность которых состоит в отказе от непрофильных функций, которые не приносят потребителю и организации ценность, но выполнение которых необходимо для существования и развития организации.

Список использованной литературы

1. Ромашкин Т.В. Формирование институциональной среды малого инновационного предпринимательства. Современные тенденции развития науки и технологий. Периодический научный сборник по материалам XX Международной научно - практической конференции 30 ноября 2016г., №11. Агентство перспективных научных исследований. Белгород, 2016. – С. 91 - 93.
2. Костицын Н.А. Эффективность корпоративного обучения. [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «Успешный бизнес». – Режим доступа: http://www.uspeshniy.com/articles_korporat_obuch.php. – Дата доступа: 9.03.15.
3. Вакорин М. П. О тенденциях развития MRP / ERP систем. / М. П. Вакорин // Модернизация российской экономики: перспективы, парадигмы, решения: сб. науч. ст. - Новосибирск: Изд. - во НГТУ, 2014. - С. 24 - 28.
4. Левшатнова Ю.Ю. Анализ методов планирования и управления производством / Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития [Текст]: сборник

материалов XV Международной научно - практической конференции, Новосибирск, 13 октября 2014 г. / Центр развития науч. сотрудничества; под общ. ред. С. С. Чернова. - Новосибирск: ЦРНС, 2014. – С.126.

© Д.Ш. Кушмухамбетова, 2017

УДК 336

Т.Л. Ли

магистрант 2 курса

И.Х. Биджиев

магистрант 2 курса

ФГАОУ ВО «СКФУ»

г. Ставрополь, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Характерной чертой современного мирового экономического развития является переход развитых стран к новому этапу формирования инновационного общества. В связи с этим вопросы модернизации и инновационного переустройства российской экономики были признаны главными направлениями социально - экономических реформ. В связи с этим вопросы модернизации и инновационного переустройства российской экономики были признаны главными направлениями социально - экономических реформ.

в настоящее время происходит процесс перехода к новому этапу инновационного развития России, осуществляется формирование экономики, в которой основной фактор экономического роста заключается в генерации и использовании знаний. Благодаря активному использованию передовых достижений науки и техники инновационные технологии обновляются ускоренными темпами, формируются новые образовательные программы. Ведущие страны Европы по некоторым показателям научного развития отстают от Российской Федерации. Одно из конкурентных преимуществ страны заключается в значительном количестве исследователей, занимающихся научными разработками, и оно требует развития, в частности, совершенствуя механизмы управления формированием и развитием инновационной экономики.

Один из наиболее значимых приоритетов развития страны, сформулированный в «Стратегии национальной безопасности Российской Федерации», заключается в обеспечении улучшения экономического состояния. В результате экономического кризиса в конце 2014 года произошло сокращение темпов экономического роста во всех субъектах России. Продолжает сохраняться экспортно - сырьевая модель развития национальной экономики, снижается ее конкурентоспособность, а ее важнейшие отрасли характеризуются высокой зависимостью от внешнеэкономической конъюнктуры; все это представляет собой угрозу национальной безопасности страны в сфере экономики. Если экспортно - сырьевая модель развития экономики будет оставаться доминирующей, в будущем региональные экономики будут развиваться еще более неравномерно, одни

регионы будут характеризоваться системной безработицей, а другие – прогрессирующим дефицитом высококвалифицированных специалистов.

В этой связи большое значение в вопросах конкурентных преимуществ российской экономики в условиях продолжающегося экономического кризиса, который усугубляется санкциями должно уделяться науке и образованию. Регионами страны должно уделяться внимания развитию таких отраслей, как образование, наука и инновационные технологии по тем направлениям, которые законодательно признаны приоритетными, причем в этих направлениях указанные сферы традиционно характеризуются высокими конкурентными преимуществами с большим потенциалом.

Так, развитые промышленные и аграрные комплексы, транспортная и телекоммуникационная инфраструктура, большое количество высших учебных заведений, выгодное геополитическое положение характеризуют Ставропольский край. В регионе существуют объективные предпосылки, призванные способствовать ускоренному формированию инновационно направленной экономики, а также становлению развитого центра инновационной деятельности Северо - Кавказского федерального округа.

Для этого необходимо создание эффективной региональной инновационной системы. В этих целях в крае уже создана соответствующая нормативная правовая база. Кроме того, в регионе разработан механизм финансирования инновационных проектов, который призван осуществлять поддержку на всех этапах реализации этих проектов, начиная от формулировки и обоснования идеи до налаживания серийного производства инновационной продукции – речь о так называемом «инновационном лифте».

Инновационная инфраструктура учебных заведений Ставропольского края, которая создана и уже функционирует, включает отделы инновационного развития, центры коллективного пользования, бизнес - инкубаторы, научно - образовательные центры, лаборатории, студенческие конструкторские бюро и другие структуры, создает фундамент, на базе которого происходит объединение научного и образовательного потенциала, инновационных разработок и высокотехнологических производств.

В рамках разработки стратегических направлений инновационного развития были проанализированы возможности и перспективы формирования сети таких высокотехнологичных кластеров с акцентом на создание сетевой организации промышленных, строительных и транспортных предприятий и организаций, научных институтов, вузов, возможных управляющих структур в целях выпуска конкретной наукоемкой продукции.

Основным приоритетом реализации кластерной политики является формирование инновационных территориально - отраслевых кластеров на основе:

1. Электроэнергетики и освоения использования нетрадиционных источников энергии (солнечной, геотермальной, ветровой).
2. Биомедицины, фармакологии и фармацевтики.
3. Нанотехнологий и nanoиндустрии.
4. Производства и глубокой переработки сельскохозяйственной продукции.
5. Добычи и розлива лечебной и столовой воды (розлив минеральной и родниковой воды, производство стекольной и полиэтиленовой тары).
6. Химических производств (ароматизаторы и дезодоранты).

7. Обрабатывающих производств, таких как машиностроение и металлообработка, выращивание и обработка синтетических кристаллов, кремневых пластин для солнечной энергетики, производство импортозамещающих комплектующих для автомобильной промышленности, новых изделий трубопроводной арматуры, приборостроение, мебельное производство, производство ковров и меховых изделий, сельскохозяйственное машиностроение, дубление и отделка кожи, швейное производство, производство электрооборудования.

8. Добычи и переработки минерального сырья (кварцевые пески, нерудные материалы, производство стекольной продукции, поликремния, строительных материалов и другие);

Указанные направления формирования кластеров отличает высокая потенциальная экономическая эффективность и по многим позициям готовность базовых предприятий начать выпуск новой наукоемкой продукции с использованием инновационных разработок. Однако должны быть более тщательно проработаны управленческие механизмы и организационно - правовые формы создания таких кластеров.

Следует отметить, что в условиях кризиса в экономике страны процесс становления и совершенствования инновационно направленной экономики приобретает еще большую социальную значимость. Действительно, ведь этот процесс характеризуется, как правило, профессиональной занятостью жителей регионов страны. В этой связи актуальными становятся вопросы, связанные с содействием их более эффективной занятости, а также снижением социальной напряженности на рынке труда как на уровне регионов, так и в России в целом. Обеспечению высокого уровня профессиональной подготовки молодежи призвана способствовать существующая система образования, благодаря чему снижается риск роста уровня безработицы в непростой период экономического кризиса.

В связи с экономическим кризисом весьма важным становятся задачи обоснования и разработки современных концепций и практических рекомендаций, связанных с управлением процессом формирования и развития региональной инновационной экономики, направленной на обеспечение стабильного социально - экономического развития региона и реализацию основных стратегических приоритетов развития национальной экономики.

Список использованной литературы:

1. Распоряжение Правительства Ставропольского края от 15 июля 2009 года № 221 - рп об утверждении Стратегии социально - экономического развития Ставропольского края до 2020 года и на период до 2025 года

2. Верхотурова А.Г., Хохлова Е.В. К вопросу об инвестиционной привлекательности Ставропольского края // Материалы III ежегодной научно - практической конференции Северо - Кавказского федерального университета «Университетская наука – региону» – Ставрополь: Фабула, 2015. – 324 с.

3. Хохлова Е.В., Бондарева А.В. Проблемы формирования бренда Ставропольского края // Крымский экономический вестник. – 2014. – № 5 (12). - С. 8 - 10.

4. Хохлова Е.В., Мистержанова А.Ю. Влияние экономической нестабильности в регионе на налоговую политику // Материалы VII Международной научно - практической конференции «Совершенствование налогообложения как фактор экономического роста» – Ставрополь: Литера, 2015. – 336 с.

© Т.Л. Ли, И.Х. Биджиев, 2017

ОСОБЕННОСТИ КОМПАНИЙ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ

Управление финансами является одной из функций менеджмента компании. Для компаний, осуществляющих свою деятельность в рамках стоимостной концепции (VBM - концепции), такое управление направлено на максимизацию их стоимости. Как правило, это компании, собственниками которых являются стратегические инвесторы, ожидающие роста капитализации. Для достижения цели роста стоимости компании, её менеджмент может использовать различные финансовые методы. Набор таких методов и возможность их использования зависят от ряда факторов, среди которых организационно - правовая форма, состав акционеров.

В последнее время среди российских компаний, представленных на внутреннем и внешнем рынке, активно функционируют компании с государственным участием. Они созданы как публичные акционерные общества (ПАО), но имеют некоторые особенности, которые оказывают влияние на управление их финансами.

Для роста стоимости компании перед менеджерами встает вопрос: где взять достаточный объем денежных средств для финансирования этого роста? Данная проблема может решиться несколькими путями – либо это будет осуществляться за счет увеличения собственного капитала (выпуск акций), либо заемного капитала (привлечение кредитных ресурсов). Данный способ особенно актуален для компаний, в которых акционеры не хотят терять уровень своего влияния и контроля.

Особо следует отметить ПАО с государственным участием, которые находятся в ведении Федерального агентства по управлению государственным имуществом. В связи с тем, что государство не планирует избавляться от контрольного пакета акций компаний первый путь представляется маловероятным, а, следовательно, остается только привлекать заемные источники финансирования. Данные операции осуществляются на отечественных и международных рынках капитала. Привлечение инвестиций с таких рынков, в свою очередь, вызывает необходимость следовать лучшим практикам корпоративного управления, в структуре которого раскрытие информации является едва ли не самым важным элементом и способом повышения репутации компании на рынках. [4]

Для реализации такой задачи госкомпании, во - первых, неукоснительно соблюдают все необходимые требования и нормы регуляторов фондовых рынков как в России, так и за рубежом.

Во - вторых, осуществляют раскрытие большого объема информации через самые современные формы отчетности (МСФО, международный стандарт интегрированной отчетности и др.).

В - третьих, раскрывают информацию о долгосрочной программе развития, операционной модели, рисках и ключевых показателях деятельности (KPI) компании и ее менеджмента.

Несомненно, наличие государства как мажоритарного или единственного акционера накладывает свои особенности в управлении госкомпанией. В частности, действующий менеджмент не заинтересован в выходе Российской Федерации из уставного капитала общества, так как это дает дополнительные привилегии в виде различных дотаций; уверенность для контрагентов в платежеспособности компании, а также достойные условия работы с полным социальным пакетом.

Большая часть принадлежащих государству компаний находится в ресурсных и стратегических отраслях, что позволяет обеспечить стабильное поступление денежных средств в бюджет страны, а также сохранить стратегически важные для страны объекты в руках государства.

Частую ПАО с государственным участием являются монополистами на рынке и лишают возможности конкурировать с ними частным предприятиям, так как будучи обладателями политической поддержки и широких финансовых возможностей, они способны влиять на обращение товара, а также препятствовать входу на рынок прочим организациям. В соответствии с российским законодательством [2] в таких ситуациях осуществляется жесткая регламентация тарифов, осуществляется публикация информации об ценах (тарифах) таких госкомпаний. Но, к сожалению, на сегодняшний день данная система далека от идеала с точки зрения удобства и способа подачи информации, так как без квалифицированных специалистов ее восприятие представляется весьма сложной задачей.

И, наконец, госкомпаниям рекомендуется направлять на выплату дивидендов не менее 25 процентов чистой прибыли (без учета доходов, полученных от переоценки финансовых вложений).

На основании всего вышеперечисленного можно говорить о том, что деятельность акционерных обществ, в уставном капитале которых присутствует доля Российской Федерации, направлена на достижение поставленных стратегических целей, формирования прозрачной системы корпоративного управления и повышения инвестиционной привлекательности. Однако, менеджменту компаний стоит помнить о том, что соотношение собственных и заемных средств отражается на ее стоимости и контролировать это соотношение.

Список использованных источников

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2006 г. № 774 - р.
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 28 февраля 1995 года №221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)».
3. Ивашковская И.В., Янгель Д.О. Жизненный цикл организации и агрегированный показатель роста // Журнал «Корпоративные Финансы». 2007. №4. С. 97 - 110.
4. Сардарова Б.М. Раскрытие информации компаниями под госконтролем // Журнал «Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты». 2016. №9.
5. Харлампиева С.Э., Коява Л.В. Интегрированная отчетность: преимущества и проблемы внедрения в России / Современная наука: Теоретический и практический взгляд, 15 апреля 2016 г. в г. Тюмень, в 4 ч. Ч.2 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2016. С.83 - 85.

© Д.А. Лиховицкая, 2017

РАЗВИТИЕ ПРОГРАММНО - ЦЕЛЕВОГО МЕТОДА ФОРМИРОВАНИЯ РАСХОДОВ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

В настоящее время основу реформирования сферы здравоохранения и финансового обеспечения ее технологического обновления составляют различные программы развития отрасли, в которых и определен вектор модернизации объектов здравоохранения.

Началом модернизации сферы здравоохранения, а также началом применения программно - целевого метода формирования расходов, следует считать Постановление Правительства РФ от 5 ноября 1997 г. №1387

«О мерах по стабилизации и развитию здравоохранения и медицинской науки в Российской Федерации» [1], которое уже в то время обозначило комплекс первоочередных задач: увеличение объема мероприятий по профилактике заболеваний; сокращение сроков восстановления утраченного здоровья населения путем внедрения в медицинскую практику современных методов профилактики, диагностики и лечения; повышение эффективности использования ресурсов в здравоохранении.

Реализация указанных задач должна была проходить в соответствии с принципом экономической эффективности расходов в отрасли и результативности функционирования медицинских учреждений - с максимальным медицинским, социальным и экономическим эффектом на единицу затрат.

Вместе с тем, в ходе реализации мероприятий данного Постановления достичь ощутимых результатов по модернизации здравоохранения не удалось. Среди основных причин можно выделить: недостаточность финансовых ресурсов в отрасли здравоохранения, что выразилось в невозможности увеличения расходов бюджетных средств на данную сферу до 6 - 7 % ВВП; на тот момент расходование средств бюджетов разных уровней на здравоохранение производилось без каких либо четких критериев эффективности и результативности.

Следующим шагом государства, способствующим модернизации сферы здравоохранения можно считать утверждение Концепции охраны здоровья населения Российской Федерации на период до 2005 года [2]. Однако анализ основных положений Концепции позволил автору констатировать, что, несмотря на всю важность и актуальность реализации перечисленных пунктов, в Концепции не обоснован механизм достижения заявленных целей и задач; документ носит скорее декларируемый характер, где даже не представлено финансовое обеспечение реализации перечисленных первоочередных мероприятий; отсутствует акцент на необходимости применения программно - целевых методов планирования и финансирования расходов в отрасли.

Автор полагает, что выявленные недостатки Концепции связаны, преимущественно, с тем, что в 2000 г. вопросы бюджетирования, ориентированного на результат и программно - целевого бюджетного планирования были еще не столь развиты: впервые о необходимости формирования расходов бюджетов бюджетной системы в соответствии с принципами эффективности и результативности настоятельно заговорили в 2003 г. на этапе разработки проекта полномасштабной бюджетной реформы в стране [3].

Ускорению модернизации российской системы здравоохранения, достижение современного качества здравоохранения, адекватного меняющимся запросам рынка медицинских услуг и экономики должен был способствовать Приоритетный национальный проект «Здоровье», объявленный Президентом России В.В. Путиным в рамках реализации четырех приоритетных национальных проектов: «Образование», «Здоровье», «Доступное жилье» и «Развитие агропромышленного комплекса», поскольку именно эти сферы определяют качество жизни людей и социальное благополучие общества. Цели и основные мероприятия Приоритетного национального проекта «Здоровье» представлены на рисунке 1.

Только за период 2006 - 2012 гг. на реализацию мероприятий нацпроекта «Здоровье» было выделено более 1 трлн. рублей. Автор отмечает, что провести анализ промежуточных итогов реализации ПНП «Здоровье» в целом, по России не представляется возможным. Преимущественно, это можно объяснить тем, что реализация основных мероприятий нацпроекта была возложена на субъекты федерации – регионы.

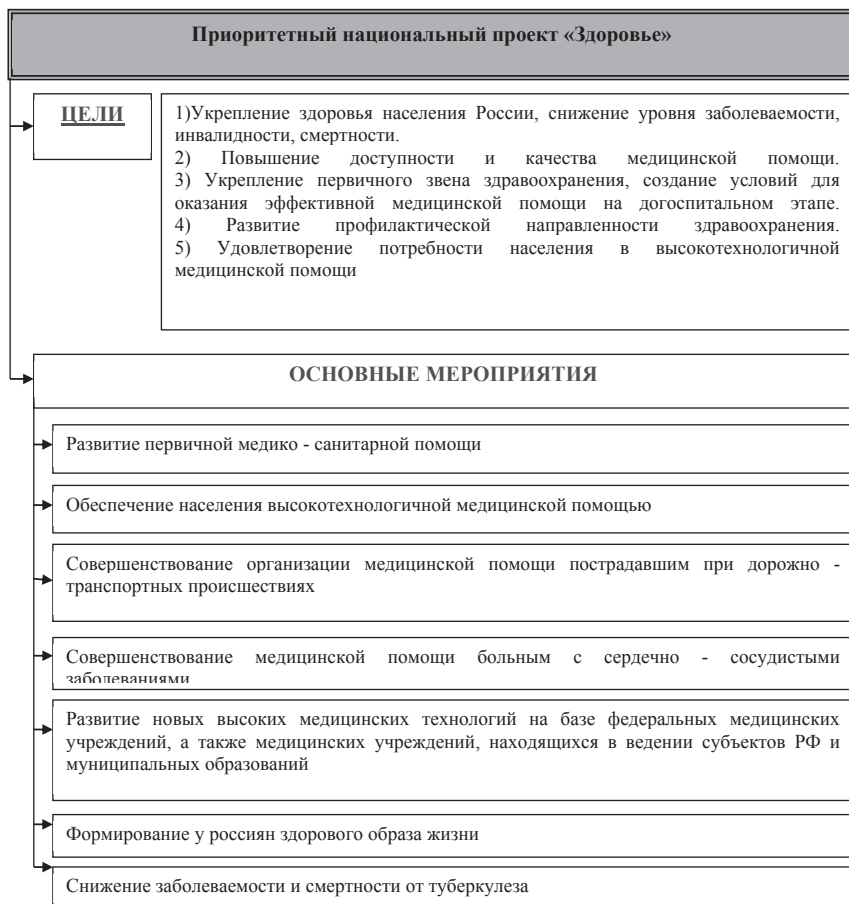


Рисунок 1 – Цели и основные мероприятия ПНП «Здоровье»

Современный этап бюджетной реформы, в целом, и реформирования сферы здравоохранения, в частности, связан с трансформацией форм и методов финансового управления здравоохранением. Ключевым направлением в данном процессе, является внедрение программно - целевых методов бюджетного планирования и финансирования.

В качестве действенного инструмента государственной политики при реализации выше обозначенных мероприятий можно назвать государственные программы, которые сочетают в себе меры по управлению возможными рисками и повышению результативности использования бюджетных средств.

На сегодняшний день в сфере здравоохранения опорной является Государственная программа Российской Федерации «Развитие здравоохранения». Данная программа включает 11 подпрограммы, в целом, соответствуют целям и задачам функционирования социально ориентированного рыночного государства. Финансовое обеспечение Программы в 2013 - 2020 гг. предусмотрено за счет средств федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов в размере 2 038 088 713,4 тыс. руб. и по годам составляет: 2014 год – 357, 2 млрд. рублей, 2015 год – 260, 5 млрд. рублей, 2016 год – 262,9 млрд. рублей, 2017 год – 263,3 млрд. рублей, 2018 год – 286,8 млрд. рублей, 2019 год – 299, 24 млрд. рублей, 2020 год – 308,14 млрд. рублей.

Исследование показывает, что на сегодняшний день все еще существует ряд недоработок при формировании и реализации государственных программ. Как отметит Счетная Палата Российской Федерации, в ходе контрольных мероприятий в 2015 году было выявлено несоответствие показателей и мероприятий госпрограмм стратегическим документам: Основным направлениям деятельности Правительства Российской Федерации до 2018 года, Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012 – 2017 годы, Концепции долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, отраслевым стратегиям и ряду других⁸.

В частности, проведенный счетной Палатой РФ анализ и оценка соответствия целей, задач и значений целевых показателей (индикаторов) госпрограммы «Развитие здравоохранения» показал, что в ней не в полном объеме учтены основные положения стратегических документов Российской Федерации, в том числе приоритеты и цели государственной политики в сфере социально - экономического развития Российской Федерации. Информация о целях, задачах и показателях документов стратегического планирования, которые не нашли отражения или отражены не в полной мере в госпрограмме «Развитие здравоохранения».

Результаты проведенного анализа показателей (индикаторов) свидетельствуют о том, что значения отдельных показателей (индикаторов) на период 2014 – 2020 годов остаются неизменными, что не дает возможности оценить степень их влияния на достижение цели ГП «Развитие здравоохранения». Кроме того, значения отдельных показателей (индикаторов) на период реализации государственных программ остаются неизменными, а также носят нереалистичный характер, что не дает возможности оценить их влияние на достижение целей и задач.

⁸ Заключение Счетной Палаты РФ на Отчет об исполнении федерального бюджета за 2015 год [Электронный ресурс]: <http://achgov.ru/>

Анализ результатов реализации мероприятий ГП «Развитие здравоохранения» в 2015 г. также свидетельствует о низком уровне финансирования мероприятий ГП - 1 за счет средств консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации, который составил 87,6 % предусмотренного объема. При этом исполнение расходов федерального бюджетов в 1,5 раза превысило запланированный уровень. Указанные факты свидетельствуют о недостаточном качестве планирования источников финансового обеспечения госпрограммы при ее формировании.

С учетом выявленных недостатков в процессе формирования и реализации государственных программ, Счетная Палата Российской Федерации констатирует: «В результате реформатирования федерального бюджета из традиционного формата в формат госпрограмм не достигнута основная цель – увязка бюджетных ассигнований с конкретными достижимыми показателями и мероприятиями» [5].

Таким образом, в условиях экономической и финансовой нестабильности переход от прямого бюджетного финансирования проектов и финансирования в форме государственных программ в сфере здравоохранения к прогрессивным методам привлечения внебюджетного финансирования становится объективной необходимостью. При этом особое место должно быть отведено формированию институциональных условий на региональном и муниципальном уровне с целью реализации механизма государственно-частного партнерства.

Список использованной литературы

1. Постановление Правительства РФ от 5 ноября 1997 г. №1387 «О мерах по стабилизации и развитию здравоохранения и медицинской науки в Российской Федерации» // Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/CGI/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=207098&dst=100001/#0>
2. Распоряжение Правительства РФ от 31 августа 2000 г. №1202 - р «Концепции охраны здоровья населения Российской Федерации на период до 2005 года» // Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=222244&dst=100006#0>
3. Постановление Правительства РФ от 22 мая 2004 г. №249 «О мерах по повышению результативности бюджетных расходов» // Электронный ресурс. –Режим доступа: <http://base.garant.ru/187057/#ixzz4Zd0Wz9uy>
4. Государственная программа Российской Федерации "Развитие здравоохранения". Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 294 // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/v2A8bkUt5PQ.pdf>
5. Заключение Счетной Палаты РФ на Отчет об исполнении федерального бюджета за 2015 год [Электронный ресурс]: <http://achgov.ru/>
6. Меликсетян С.Н. Финансовый аспект реализации концепции социального государства в России // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. №20.С. 46 - 60.
7. Зиганшина З.Р. Совершенствование кадровой политики региона в рамках модернизации здравоохранения // Экономические науки.2016.№137.С.17 - 19

© Ф.В. Логвин, 2017

ИНДИКАТОРЫ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Финансовое состояние предприятия представляет большой интерес для государства, кредиторов, инвесторов, работников и других лиц. Подавляющее большинство методик анализа финансового состояния предполагает оценку по четырем группам индикаторов: финансовая устойчивость, платежеспособность, деловая активность и рентабельность. Система индикаторов, характеризующих финансовое состояние предприятия представлена на рисунке 1.

В процессе анализ финансовой устойчивости выявляется уровень финансового риска, связанного со структурой источников формирования капитала предприятия, а соответственно и степень финансовой стабильности предстоящего развития предприятия. Для проведения такого анализа используются следующие основные финансовые коэффициенты:

а) коэффициент независимости показывает долю собственных средств (собственного капитала) в формировании имущества предприятия. Стандартное значение этого показателя не ниже 0,5.

Расчет этого показателя осуществляется по формуле:

$$Кн = \frac{\text{Собственные средства}}{\text{Стоимость имущества}},$$

где Кн - коэффициент независимости.

б) удельный вес заемных средств и показывает долю заемных капитала в формировании имущества капитала. Стандартное значение не выше 0,5. Расчет этого показателя проводится по формуле:

$$Куд = \frac{\text{Сумма задолженности}}{\text{Стоимость имущества}},$$

где Куд - удельный вес заемных средств.

в) коэффициент задолженности или коэффициент соотношения собственных и заемных средств показывает, какая сумма заемных средств приходится на единицу всего используемого капитала. Допустимыми признаны значения от 0,5 до 1, если показатель равен 1, то положение является критическим, если больше 1, то финансовое состояние предприятия вызывает сомнение. Этот показатель рассчитывается по формуле:

$$Кз = \frac{\text{Сумма задолженности}}{\text{Собственные средства}},$$

где Кз - коэффициент задолженности.

г) удельный вес дебиторской задолженности показывает долю имущества предприятия, отвлеченного из его оборота и находящегося в распоряжении иных лиц. Стандартного

значения показателя нет, однако у большинства российских предприятий численное значение индикатора высокое. Этот показатель определяется по формуле:

$$\text{Куддебз} = \frac{\text{Дебиторская задолженность}}{\text{Стоимость имущества}},$$

где Куддебз - удельный вес дебиторской задолженности.

д) удельный вес перманентного капитала показывает долю перманентного капитала в формировании имущества капитала. Стандартного значения показателя нет.

В связи с тем, что большинство российских предприятий привлекают долгосрочные заемные средства в незначительных объемах, то численное значение показателя практически равно коэффициенту независимости [1].



Рисунок 1– Классификация индикаторов финансового состояния предприятия

Показатель определяется по формуле:

$$\text{Кудпк} = \frac{\text{Собственные средства} + \text{Долгосрочные заемные средства}}{\text{Стоимость имущества}},$$

где Кудпк - удельный вес перманентного капитала.

Расчеты сводятся в таблицу, после которой приводятся обоснованные выводы по каждому индикатору и дается общая оценка финансовой устойчивости предприятия [2].

Анализ платежеспособности. Под платежеспособностью предприятия понимается способность погашать краткосрочные обязательства своими оборотными (текущими) активами. Для осуществления анализа платежеспособности используются следующие основные финансовые коэффициенты.

а) коэффициент абсолютной ликвидности отражает, какую часть краткосрочных обязательств предприятие может погасить своими абсолютно ликвидными активами. Минимально допустимым признается значение 0,2. Для значения индикатора свыше 0,5 делается вывод о высокой платежеспособности предприятия. Расчет этого показателя производится по формуле:

$$\text{Кал} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения}}{\text{Краткосрочные обязательства}},$$

где Кал - коэффициент абсолютной ликвидности.

б) коэффициент промежуточной покрытия показывает, какую часть краткосрочных обязательств, предприятие может погасить своими более ликвидными активами. Минимально допустимым признается значение равное 0,7. Однако в связи с тем, что у большинства предприятий высокая дебиторская задолженность, численное значение индикатора превышает 1, что не может быть охарактеризовано положительно. Расчет этого показателя осуществляется по формуле:

$$\text{Кбл} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения} + \text{Дебиторская задолженность}}{\text{Краткосрочные обязательства}},$$

где Кбл – коэффициент промежуточной покрытия.

в) коэффициент текущей ликвидности показывает, как предприятие может погасить краткосрочные обязательства всеми своими текущими или оборотными активами. При расчете из стоимости запасов и затрат вычитаются расходы будущих периодов и прибавляется НДС по приобретенным ценностям. Расчет этого показателя осуществляется по формуле:

$$\text{Ктл} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения} + \text{Дебиторская задолженность} + \text{Запасы и затраты}}{\text{Краткосрочные обязательства}},$$

где Ктл – коэффициент текущей ликвидности.

в) коэффициент ликвидности ТМЦ показывает, какую часть краткосрочных обязательств предприятие может погасить, реализовав свои товарно - материальные ценности. Стандартного значения нет, так как величина индикатора зависит от масштабов, типа и характера производства и других факторов. Показатель рассчитывается по формуле:

$$\text{Ктмц} = \frac{\text{Запасы и затраты}}{\text{Краткосрочные обязательства}},$$

где Ктмц - коэффициент ликвидности ТМЦ.

После расчетов индикаторов результаты сводятся в таблицу и делаются выводы [3]. Для более глубокой оценки платежеспособности предприятия целесообразно проанализировать

структуру всех активов по ликвидности. Условно все активы предприятия можно разделить на 4 класса ликвидности:

1 класс – быстро реализуемые активы (денежные средства, краткосрочные финансовые вложения);

2 класс – легко реализуемые активы (дебиторскую задолженность, платежи по которой осуществляются до 12 месяцев);

3 класс – медленно реализуемые активы (дебиторскую задолженность, свыше 12 месяцев, запасы и затраты);

4 класс – труднореализуемые активы (внеоборотные активы).

Если в структуре преобладают активы 1 - го и 2 - го класса, то предприятие является платежеспособным, если 3 - го и 4 - го, то платежеспособность является недостаточной. В процессе анализа деловой активности (оборачиваемости) устанавливается, насколько быстро средства, вложенные в активы, оборачиваются в процессе деятельности предприятия [4]. Для проведения анализа оборачиваемости активов используются следующие основные финансовые коэффициенты:

а) общий коэффициент оборачиваемости отражает эффективность использования всех средств предприятия не зависимо от источников их формирования. Экономический смысл показывает съём выручки с каждого рубля, вложенного в имущество, периодичность цикла производства и реализации продукции, эффективность использования ресурсов. Он определяется по формуле:

$$\text{Коб} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Стоимость имущества}},$$

где Коб – коэффициент оборачиваемости.

б) коэффициент оборачиваемости запасов показывает продолжительность одного оборота в днях. Рассчитывается по формуле:

$$\text{Кобзап} = \frac{\text{Себестоимость реализованной продукции}}{\text{Стоимость запасов из затрат}},$$

где Кобзап - коэффициент оборачиваемости запасов.

в) коэффициент оборачиваемости собственных средств показывает съём выручки с каждого рубля собственного капитала предприятия. Он рассчитывается по формуле:

$$\text{Кобсс} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Собственные средства}},$$

где Кобсс - коэффициент оборачиваемости собственных средств.

По показателям деловой активности (оборачиваемости) отсутствуют рекомендованные значения, положительная динамика коэффициентов свидетельствует о повышении эффективности использования вложенных средств.

В зарубежной практике кроме коэффициентов оборачиваемости для оценки деловой активности используют различные коэффициенты производительности. Наиболее распространение получили: выручка от одного занятого, прибыль от основной деятельности одного занятого, среднегодовая стоимость активов на одного занятого, фондовооруженность и другие [5].

В процессе анализ рентабельности устанавливается уровень прибыльности использования капитала в целом или отдельных его частей, а также уровень прибыли по отношению к другим показателям хозяйственной деятельности. Коэффициенты принято

рассчитывать с валовой и чистой прибылью. Для проведения анализа рентабельности используются следующие основные финансовые коэффициенты:

а) коэффициент рентабельности всего капитала показывает съём прибыли с каждого рубля вложенного в имущество предприятия. Расчет этого показателя осуществляется по формуле:

$$K_p = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Стоимость имущества}} * 100 \%,$$

где K_p - коэффициент рентабельности всего капитала.

б) коэффициент рентабельности собственных средств показывает съём прибыли с каждого рубля собственного капитала предприятия. Расчет этого показателя производится по формуле:

$$K_{pc} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Собственные средства}} * 100 \%,$$

где K_{pc} - коэффициент рентабельности собственных средств.

в) рентабельность производственных фондов показывает съём прибыли с каждого рубля предприятия. Расчет осуществляется по формуле:

$$K_{pf} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Основные средства} + \text{Материальные оборотные средства}} * 100 \%,$$

где K_{pf} - рентабельность производственных фондов.

г) рентабельность финансовых вложений отражает доходность всех финансовых вложений предприятия. Он рассчитывается по формуле:

$$K_{fv} = \frac{\text{Доходы от финансовых вложений}}{\text{Долгосрочные финансовые вложения} + \text{Краткосрочные финансовые вложения}} * 100 \%,$$

где K_{fv} - рентабельность финансовых вложений.

д) рентабельность продаж показывает удельный вес прибыли в выручке от реализации. Показатель рассчитывается по формуле:

$$K_{rp} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка от реализации}} * 100 \%,$$

где K_{rp} - рентабельность продаж.

е) рентабельность перманентного капитала показывает съём прибыли с каждого рубля перманентного капитала и рассчитывается следующим образом:

$$K_{pk} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Собственные средства} + \text{Заемные средства}} * 100 \%,$$

где K_{pk} - рентабельность перманентного капитала.

Результаты расчетов сводятся в таблицу. Делаются выводы. По показателям рентабельности отсутствуют стандартные значения.

Подводя итог, необходимо отметить, что в итоге в ходе реализации анализа финансового состояния целесообразно получить следующие результаты:

- своевременную и объективную оценку финансового состояния организации, выявление «узких мест» в ее финансово - хозяйственной деятельности и исследование причин их образования;

- оценку возможности наступления банкротства организации;

- выявление и мобилизацию резервов улучшения финансового состояния организации и повышение эффективности всей ее хозяйственной деятельности;

- подготовку и обоснование предлагаемых управленческих решений в целях улучшения финансового состояния организации;

- выявление тенденций развития организации на основе прогнозирования ее финансового состояния.

Для проведения финансового анализа необходимо иметь достаточное информационное обеспечение и квалифицированный персонал, способный к разработке и реализации методик финансового анализа с использованием современных компьютерных технологий.

Примечание:

1. Белозерская А.В. Понятие финансовой устойчивости и проблемы ее анализа. // В сборнике: Развитие современного общества в условиях реформ: вопросы экономики и управления Материалы II Межвузовской научно - практической конференции. С. 19 - 21, 2014

2.Вандина О.Г. Моделирование системы управленческого учета финансово - хозяйственной деятельности в строительстве // Экономика устойчивого развития. - 2014. - №3(23) 118с., с.98 - 104

3.Вандина О.Г. Финансовый анализ себестоимости готовой продукции // Материалы международной научно - практической конференции «Внедрение международных стандартов и рекомендаций в системы гарантии качества экономического образования» (Орел, 17 - 19 октября 2012 года). - Орел: ГУ - УНПК, 2012.

4.Вандина О.Г. Совершенствование управленческого учета себестоимости готовой продукции // Материалы международной научно - практической конференции «Внедрение международных стандартов и рекомендаций в системы гарантии качества экономического образования» (Орел, 17 - 19 октября 2012 года). - Орел: ГУ - УНПК, 2012.

5.Вандина О.Г. Механизм интеграции зарубежных методик управленческого анализа для оценки эффективности ассортиментной политики в организациях // Управленческий учет № 9, 2014 с.25 - 34

© Ломака О.В.

УДК 339.13

Д. С. Магнитова

Студентка 5 курса

направление Реклама и связи с общественностью

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Научный руководитель: Я. В. Ситникова

к.э.н., доцент кафедры Маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск, РФ

ТИПОЛОГИЯ ВИДОВ РЕКЛАМЫ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Аннотация

В статье рассматриваются наиболее значимые и актуальные виды рекламы и дается их характеристика: реклама в средствах массовой информации; наружная реклама; реклама на

транспорте; реклама на местах продаж; сувенирная реклама; печатная реклама (раздаточная полиграфия); прямая реклама; реклама в интернете. Особая роль уделяется интернет - рекламе, имеющей сегодня первостепенное значение в медийном пространстве.

Ключевые слова

Реклама, средства распространения рекламы, телевизионная реклама, реклама в прессе, наружная реклама, реклама в местах продажи, сувенирная реклама, прямая реклама, интернет - реклама.

Реклама должна быть эффективным средством привлечения потребителей. В современном обществе рекламные тексты являются двигателем прогресса на рынке товаров и идей. Виды рекламы различают как по каналу её распространения, так и по её непосредственным источникам.

Телевидение (Television) — это электронное средство массовой информации с низкой избирательностью, воздействующее на широкую аудиторию. На российском телевидении выделяются два вида рекламы: прямая реклама и спонсорская реклама, product placement. Прямая реклама – это видеоролики, бегущая строка, заставки, телеобъявления, рекламные фильмы [3, с. 232].

Реклама на радио позволяет охватить определенные сегменты аудитории при помощи точно определенных форматов. Она может быть направлена на радиослушателей определенного пола, возраста, профессиональной принадлежности, уровня дохода или образования.

Пресса (Press) — это печатное средство массовой информации с высокой избирательностью, воздействующее на различные типы массовой аудитории. Высокая лояльность аудитории, свойственно более высокое доверие к изданию.

Наружная реклама — представляет собой канал доставки рекламной информации с низкой избирательностью, воздействующий на различные типы массовой аудитории. Также, к наружной рекламе относят различные столбы, тумбы, киоски, перетяжки, транспаранты, надписи в небе, электрофицированное панно с неподвижными или бегущими надписями.

Реклама на транспорте: надписи на наружных поверхностях транспортных средств; басорама; печатные объявления, размещаемые в салонах транспортных средств; реклама на мониторах в транспорте.

Реклама на местах продаж - Point - of - Sale Advertising — устная, текстовая, графическая, мультимедийная, либо иная информация рекламного характера, которая размещается в местах непосредственной продажи товаров или услуг: рекламное оформление торговых залов; вывески, знаки, планшеты в торговом зале; витрины магазинов (наружные и внутренние); напольные и витринные стикеры; манекены и бутафория; дисплеи и ТВ - мониторы; упаковка с нанесенными названиями и товарными знаками рекламодателя: коробки, футляры, оберточная бумага, скотч и т.п.

Сувенирная реклама - это текстовая, графическая либо иная информация рекламного характера, которая размещается на подарочных изделиях (сувенирах), предназначенных для бесплатного распространения среди представителей целевой аудитории рекламодателя. Сувениры служат знаком расположения рекламодателя своему потребителю: записные книжки с указанием рекламы; авторучки с лого и рекламными надписями; календари с

фирменным текстом; фирменные значки, флажки, карманные календари; бьювары рекламные; термометры; зажигалки, брелоки для ключей и т.п.

Прямая реклама — устная, текстовая, графическая, либо иная информация рекламного характера, которая передается непосредственно в прямом контакте. При этом прямой контакт может подразумевать как личную презентацию рекламируемого предложения, так и дистанционную презентацию, например, по почте, по телефону, или с помощью других средств. Все средства прямой рекламы подразделяются на следующие основные группы:

1. Почтовая реклама, включая печатные и электронные рассылки.
2. Реклама по телефону, иногда рассматривается как составная часть телемаркетинга — продажи товаров или услуг по телефону.
3. Реклама в средствах массовой информации с механизмом обратной связи.
4. Реклама посредством личного контакта, включая личные коммуникации на рекламных мероприятиях и в местах продаж (в этих случаях рассматривается как их составная часть) [2, с. 407].

Интернет - реклама – это особый вид рекламы, который на сегодняшний день является очень важным, необходимым инструментом для привлечения новых клиентов, формирования благоприятного представления о продвигаемых товарах и услугах у потенциальных потребителей в сети Интернет.

Наибольшее распространение получили следующие виды интернет - рекламы:

Медийная реклама — размещение текстово - графических рекламных материалов на вебсайтах, представляющих собой рекламные площадки. Как правило, это баннер - графическое изображение с гиперссылкой, отсылающей к источнику целевой рекламы.

Текстовая реклама — размещение текстовых рекламных материалов на вебсайтах.

Контекстная реклама — размещение текстово - графических рекламных материалов, основанное на соответствии содержания рекламного материала контексту (содержанию) интернет - страницы, на которой размещается рекламный блок.

Тизерная реклама — совмещает признаки медийной, текстовой и контекстной рекламы и представляет собой короткое рекламное объявление с интригующим текстом и привлекающим внимание изображением, которое содержит некоторое количество информации о товаре или услуге и гиперссылку, отсылающую к источнику целевой рекламы.

Промо - сайт — размещение рекламных материалов в виде вебсайта, представляющего собой презентацию рекламируемого предложения.

Спам — массовая рассылка несанкционированных сообщений рекламного характера по электронной почте.

В настоящий момент у рекламодателей падает интерес к рекламе в печатных СМИ, а с городских улиц стремятся убрать рекламные щиты, портящие своим видом историческую архитектуру, соответственно наблюдается рост вложений финансовых средств в Интернет - рекламу. Динамика этого роста отражена на рисунке 1.

После того как человечество переступило порог новой эры — эры цифровой информации, Интернета и компьютерных технологий, технологий сотовой связи и мобильных устройств — особенно актуальной стала мобильная и Интернет - реклама как способ продвижения товара. Люди чувствуют необходимость всегда быть «на связи», Интернет стал необходимым ресурсом доступа к информации.



Источник: обзор прессы, J'Son & Partners Consulting

Рисунок 1. Динамика рынка интернет – рекламы

Мобильный телефон перестал быть лишь средством связи. Из этого вытекает необходимость перемещения от обычных способов рекламирования в рекламирование посредством Интернета и мобильной связи. Электронная и мобильная реклама придает всей рекламной деятельности новое измерение: с помощью сети Интернет и радиотелефонной связи компании получают возможность передавать свои рекламные объявления на компьютеры / телефоны целевых групп потребителей в режиме реального времени и в больших масштабах. Определив место Интернет - рекламы и мобильной рекламы, хотелось бы отдельно выделить некоторые достоинства Интернет - рекламы, а именно: возможность быстрого и дешевого продвижения товара, гибкость и рефлексия, более простая форма оценки эффективности рекламы и ее отдачи, детальная статистика и широкие возможности таргетинга [1, с. 864].

В качестве примера хотелось бы привести рекламу в социальных сетях. А именно самой крупной сети России и стран СНГ «ВКонтакте». На декабрь 2016, на сайте зарегистрировано более 340 000 000 пользователей. При размещении рекламы мы можем очень подробно таргетировать всю эту аудиторию по различным признакам. Среди возможных параметров — как обыкновенные географические и демографические, так и более узкие критерии (образование, должности, интересы пользователей и многое другое как показано на рисунке 2).



Рисунок 2. Настройка целевой аудитории на рекламной площадке

Например, пользуясь таргетингом ВКонтакте, можно показывать объявление только людям, проживающим возле конкретной станции метро, или поклонникам определённого музыкального коллектива.

Также очень важно получать обратную связь от рекламной кампании и анализировать ее эффективность. Это очень просто осуществить с помощью сервисов статистики, предоставляемых рекламными онлайн площадками.

Относительно баннерной рекламы, ее достоинством является то, что контент рекламного сообщения имеет отношения к тематике поиска пользователя, таким образом, обеспечивают выборку потенциальных клиентов и ограничивает показ рекламы для незаинтересованных. Достоинством sms - рекламы является оперативность, направленность и возможность простого выбора целевой аудитории. В целом, достоинства данных способов рекламирования обеспечивают серьезный приток рекламодателей - вероятно, в ущерб традиционным медиа. Ориентация на эффективность - главный тренд в современном мире рекламы, в которой на данный момент лидирует Интернет - реклама. С учетом изложенного, также исходя из тенденции увеличения проникновения сети Интернет (т. е. та часть, которая пользуется Интернетом), можно сделать прогноз об увеличении роли Интернет - рекламы как перспективного способа продвижения. Роль рекламы в экономике и тенденции в рекламных компаниях организаций меняются с изменениями происходящими на рынке, в обществе и в мире в целом. Так, эпоха новой экономики обратила взор организаций на такой вид рекламы как Интернет - реклама и мобильная реклама, о присутствии которой в 20 веке речи идти и не могло [8, с. 289].

Список использованной литературы

1. Бернет Дж., Мориарти С.. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб.: Питер, 2014. – 864 с.
2. Васильев, Г.А. Основы рекламы: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА - М, 2012. - 407 с.
3. Рудакова, Л.В. Основы рекламы и связей с общественностью / Л.В. Рудакова. - СПб.: ГУАП, 2014. - 232 с.
4. Ситникова Я. В. Концептуальный подход к управлению рисками субъектов хозяйственной деятельности в современных условиях развития // Вестник НГУЭУ. 2012. Т. 2. № 4. С. 154 - 161.
5. Ситникова Я. В. Рискоустойчивость хозяйственной системы: теоретический аспект // Современное общество, образование и наука, сборник научных трудов по материалам Международной научно - практической конференции: в 16 частях. – 2015. - С.126 - 129.
6. Ситникова Я. В., Половова Т. А. Методические основы управления результативностью деятельности предприятий в условиях неопределенности и риска / Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2011. № 11 (85). С. 119 - 122.
7. Ситникова Я.В., Надгребельная В.С. Конкурентоспособность предприятия на международном рынке и вызовы современной экономики // В сборнике: СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А.. 2015. С. 144 - 148.

8. Харрис Т. Руководство по связям с общественностью Пер. с англ. - М.: Ростинтэр 2015. – 289 с.

9. Шадрина Л.Ю. Стратегическое маркетинговое планирование продвижения организации // В сборнике: ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ, НАУКА. Сборник статей международной научно - практической конференции: в 4 частях. 2017. С. 290 - 292.

© Д. С. Магнитова, 2017

УДК 336

Федоров В. А.

Студент 4 курса ИЭП

ННГУ им. Н. И. Лобачевского

Г. Н. Новгород, Российская Федерация

E - mail.: fedorov - vladislav.fva@yandex.ru

Маковеева Е. Н.

Студентка 3 курса ИЭП

ННГУ им. Н. И. Лобачевского

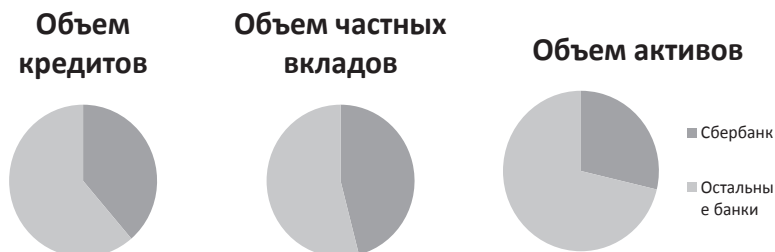
Г. Н. Новгород, Российская Федерация

E - mail: makoveevaen@icloud.com

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СБЕРБАНКА

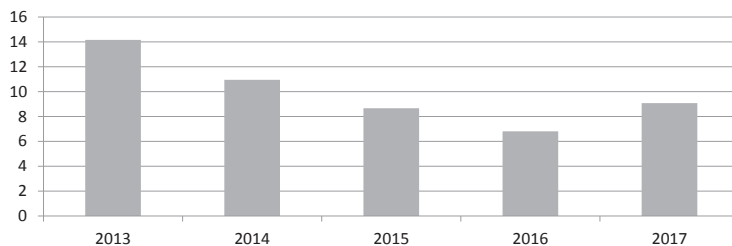
Сбербанк – крупнейший российский коммерческий банк. Доля Сбербанка в общем объеме активов банковского сектора РФ составила 28,7 % в 2016 году. При этом доля частных вкладов составила 46 % , а кредитный портфель 38,7 % от всех выданных кредитов в РФ (см. рис. 2).

Рисунок 1. Соотношение активов Сбербанка с общим объемом банковского сектора



Стоимость бренда Сбербанка в 2016 году выросла на 1 / 3 и составила 9,075 млрд. долл. (однако в целом за последние пять лет он подешевел на 5,1 млрд. долл., см. рис. 2) по данным компании Brand Finance. Таким образом, на данный момент Сбербанк занимает 156 - е место в рейтинге самых дорогих брендов и 24 - е место среди банков.

Рисунок 2. Стоимость бренда Сбербанк (млрд. долл.)



Рассмотрим финансовые результаты Сбербанка за последние годы (см. табл. 1).

Таблица 1. Финансовые результаты Сбербанка

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка	969196	1057720	1432200	1802200	2241900	3109200	3086100
Изменение выручки, %	- 0,94	9,13	35,4	25,83	24,4	38,69	- 0,74
Операционная прибыль	232047	407871	454000	473800	213200	411200	715700
Изменение операционной прибыли, %	385,18	75,77	11,31	4,36	- 55	92,87	74,05
ЕВИТ	230135	395681	447900	455700	374200	331200	677500
Изменение ЕВИТ, %	670,61	71,93	13,2	1,74	- 17,88	- 11,49	104,56
Прибыль после уплаты налогов	182131	316195	348800	363800	292200	223300	540500
Изменение прибыли после уплаты налогов, %	646,56	73,61	10,31	4,3	- 19,68	- 23,58	142,05

Как видно, банк наращивает объем выручки и чистой прибыли. За 6 лет выручка возросла на 218 %, а прибыль после уплаты налогов на 196 %. Это связано с расширением деятельности банка, увеличением привлекательности банка и в целом правильных трендовых решениями (как, с усиленным применением ИТ - технологий; мобильный банк Сбербанка является одним из лучших в РФ).

Таблица 2. Выручка на акцию и коэффициенты

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка на акцию	44,9	49,03	65,1	83,82	104,27	144,61	137,09
Коэффициент P / E (цена на конец года, базовая EPS)	12,37	5,4	5,9	6,03	4,08	10,21	7,22

Коэффициент Р / Е (цена на конец года, разводненная EPS)	12,37	5,4	5,9	6,03	4,08	10,21	7,22
Коэффициент Р / Е (цена на конец года)	12,37	5,4	5,9	6,03	4,08	10,21	7,22
Дивидендная доходность на конец года, %	0,88	2,64	2,77	3,16	0,82	1,95	3,46
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	11,39	11,67	10,67	10,28	8	8,68	11,11
Коэффициент долговой нагрузки	88,61	88,33	89,33	89,72	92	91,32	88,89

Динамика показателей выручка на акцию, Р / Е (см. таблицу 2) также сохраняют положительную динамику и находятся на приемлемом уровне.

© Е. Н. Маковеева, В. А. Федоров, 2017

УДК 336.225.4(470.57)

В.М. Минеева

к.э.н., доцент кафедры «финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Е.А. Маликова

студент 4 курса экономического факультета

Уфимский государственный нефтяной технический университет

г. Уфа, Российская Федерация

НАЛОГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Аннотация: В статье анализируются показатели, определяющие налоговый потенциал Республики Башкортостан за 2016 год. Представлена структура поступлений налогов Республики Башкортостан в консолидированный бюджет за 2016 год.

Ключевые слова: налог, налогообложение, налоговый потенциал, налоговая нагрузка.

Согласно Посланию Президента РФ «О бюджетной политике на 2014 - 2016 годы» необходим более тщательный, постоянный мониторинг финансового положения субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, а также использование имеющихся возможностей по дополнительному привлечению доходов в бюджеты всех уровней бюджетной системы. [1]

Одним из основных показателей финансового положения субъектов Российской Федерации и муниципальных образований является налоговый потенциал, расчет которого является одним из основных факторов повышения эффективности бюджетного планирования и оптимизации межбюджетного выравнивания, как региона, так и всей страны в целом

Налоговый потенциал в широком смысле - это совокупный объем налогооблагаемых ресурсов территории. В более узком смысле представляет собой максимально возможную

сумму поступлений налогов и сборов, исчисленных в условиях действующего законодательства.

Налоговый потенциал является базовым по отношению к понятию налоговое бремя, так как исчисление налоговой нагрузки является важным моментом для формирования достаточного государственного резерва.

В настоящее время в России существует диспропорция в социально - экономическом развитии различных регионов страны и формировании их налогового потенциала. Согласно данным Федеральной налоговой службы, наибольшая доля налоговых доходов консолидированного бюджета РФ (Табл.1) приходится на следующие регионы России: г. Москва, г. Санкт - Петербург, Ханты - Мансийский автономный округ и Ямало - Ненецкий АО.

Таблица 1. Структура поступлений основных администрируемых доходов по уровням бюджета РФ за январь - октябрь 2016 года

Регион	Поступило в консолидированный бюджет РФ, млн руб	в том числе:	
		в федеральный бюджет, млн руб	в консолидированный бюджет субъекта РФ, млн руб.
г. Москва	2 268 537,5	971 374,1	1 297 163,4
г. Санкт - Петербург	759 904	423 688,4	336 215,6
Ханты - Мансийский АО	1 391 370,7	1 171 217,5	220 153,2
Ямало - Ненецкий АО	685 422,5	547 440,7	137 981,8

Каждый регион использует наиболее удобный для него способ расчета налогового потенциала с целью получения дополнительных трансфертов, субсидий и дотаций из федерального бюджета.

Методы оценки налогового потенциала классифицируются в четыре группы:

- метод оценки на основе оценки валового регионального продукта;
- методы оценки на основе построения репрезентативной налоговой системы;
- методы оценки на основе преобразования данных официальных форм налоговой отчетности;
- метод оценки на основе корректировки сумм фактически собранных в регионе платежей.

Для оценки налогового потенциала Республики Башкортостан использован метод на основе оценки валового регионального продукта (ВРП). Сначала проводят анализ действующей системы налогообложения по итогам которого определяют общее количество финансовых ресурсов в стране и допустимый уровень нагрузки. Расчет налоговой нагрузки проводится по формуле:

$$НН = \frac{Н_{общ}}{ВРП} * 100 \%, \quad НН = \frac{1075000}{1\,248\,817,7} * 100 \% = 86,1 \% [2]$$

где НН – налоговая нагрузка; Нобщ – общая сумма уплаченных налогов; ВРП – внутренний региональный продукт.

Уровень собираемости налогов рассчитывается как отношение суммы фактически поступивших налогов к максимально возможно сумме налоговых поступлений (МВСН):

$$УС = \frac{Нобщ}{МВСН} * 100 \%, УС = \frac{107500}{122008,7} * 100 \% = 88,1 \% [3]$$

Таблица 2. Поступления
по Республике Башкортостан в консолидированный бюджет РФ
с 01.01.2016 - 01.10.2016

Показатель	Сумма налогов, млн руб
Налог на прибыль	37 756,1
НД(Ф)Л	36 869,1
НДС	30 129,5
Акцизы	45 679,6
Налог на имущество физических лиц	139,2
Налог на имущество организаций	10 992,0
Транспортный налог	1 534,7
Земельный налог	1 780,9
НДПИ	55 366,8
Остальные налоги и сборы	8 711,5
Налоговый потенциал	228 959,3

Как видно из таблицы 2 налоговый потенциал по республике 228 959,3 млн руб. Но так как точность показателей налогового потенциала относительна, так как представлены только основные виды налогов, необходимо скорректировать полученную величину налогового потенциала на уровень собираемости налогов:

$$228959,3 * 88,1 \% = 201484,18 \text{ млн руб.}$$

Для развития налогового потенциала в республике необходимо увеличивать долю собственного производства, а также уделять особое внимание развитию промышленности. Так как увеличение инвестиций в развитие собственной производственной базы приведет к увеличению налоговых возможностей, а значит росту налоговых поступлений в региональный бюджет.

В качестве основного направления эффективного использования и увеличения налогового потенциала отдельные исследователи предлагают ужесточение контроля над соблюдением действующего законодательства по борьбе с «теневой экономикой», особенно в сфере малого бизнеса. Негативные последствия теневой экономики появляются в разных социально - экономических деформациях. Существенное деструктивное воздействие оказывает она на эффективность производства, режим конкуренции, разделению труда и структуру потребления и производства. [4]

Одной из важных мер, способствующих повышению собираемости налогов и сборов, является усиление налоговой дисциплины. Санкции за совершение налоговых правонарушений должны быть достаточно жесткими, но соизмеримыми с допущенными правонарушениями. [5]

Список литературы:

1. Послание президента о бюджетной политике на 2014 - 2016 годы. - URL: <http://kremlin.ru/acts/news/18332> - Дата доступа: 15.04.2017 г.
2. Письмо Федеральной Налоговой службы от 17.07.2013 № АС - 4 - 2 / 12722@ «О работе комиссий по легализации налоговой базы».
3. Гомбожапова С.В. Собираемость налогов как основной показатель результативности налогового контроля // «ИЗВЕСТИЯ» (электронный научный журнал), стр.1 - 4. - 2015 г.
4. Жданова А.В, Минеева В.М. Налоговый контроль как способ пресечения экономических преступлений. // Сборник научных трудов Международной заочной научно - практической конференции. - 2015. С. 85 - 89.
5. Минеева В.М., Идиатулов Н.Г. Взаимодействие налоговых органов и других государственных структур в ходе осуществления налогового контроля В сборнике: Международной научно - практической конференции.2016. С. 210 - 212
6. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nalog.ru/m02/> . - Дата доступа: 1.05.2017 г.

© Е.А. Маликова, 2017

УДК 336.225.66

В.М. Минеева

к.э.н., доцент кафедры «финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Е.А. Маликова

студент 4 курса экономического факультета

Уфимский государственный нефтяной технический университет

г. Уфа, Российская Федерация

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УНИТАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В настоящее время государство участвует практически во всех сферах общественной деятельности. Это объясняется тем, что государство обеспечивает функционирование тех сегментов рынка, которые являются с социальной точки зрения важными, но не привлекательны для капитала инвесторов, так как является не рентабельной в плане получения прибыли и требует больших затрат. Одной из форм воздействия государства на экономику являются унитарные предприятия.

Унитарные предприятия являются коммерческими организациями и не освобождены от уплаты налогов, они должны исчислять все налоги по общим правилам. По умолчанию они находятся на общем режиме налогообложения, однако имеют полное право перейти на упрощенную систему налогообложения (УСН), если соблюдены все требования гл. 26.2 НК РФ. [1]

В рамках общего режима унитарное предприятие, в частности, является плательщиком НДС. Если оно сдает в аренду имущество, закрепленное за ним на праве хозяйственного

ведения или оперативного управления, именно оно, а не арендатор имущества, должно начислять НДС. Тот факт, что само сдаваемое в аренду имущество является собственностью РФ, субъекта РФ или муниципального образования, значения не имеет. Ведь в отношении услуг по предоставлению в аренду имущества, закрепленного за унитарными предприятиями, никаких особенностей по исчислению и уплате НДС действующим законодательством не предусмотрено, в отличие от случаев, когда федеральное имущество, имущество субъектов РФ и муниципальное имущество сдается в аренду органами государственной власти и управления или органами местного самоуправления. [1]

Если унитарное предприятие осуществляет функции управляющей организации (к примеру, реализует коммунальные услуги и работы по содержанию и ремонту общего имущества жителям переданных ему в управление домов), оно может применять освобождение от НДС, предусмотренное пп.29 и 30 п.3 ст.149 НК РФ, при соблюдении предусмотренных ими условий.

Как известно, доходы в целях налогообложения прибыли в рамках традиционной системы подразделяются на доходы от реализации и на внереализационные доходы.

Исключаются из - под налогообложения те доходы, которые прямо поименованы в п. 1 ст. 251 НК РФ. При этом, безусловно, необходимо вести раздельный учет таких доходов (понесенных за их счет расходов) и доходов, квалифицируемых в качестве выручки (внереализационных доходов). Положения п. 2 ст. 251 НК РФ на унитарные предприятия не распространяются.

Унитарные предприятия, выступающие в роли управляющих организаций, пользуются общими налоговыми льготами, предусмотренными пп. 14 п. 1 ст. 251 НК РФ, и не облагаются налогом на прибыль:

- средства бюджетов, выделяемые на долевое финансирование проведения капитального ремонта МКД;

- средства бюджетов, выделяемые на долевое финансирование проведения капитального ремонта общего имущества в МКД в соответствии с ЖК РФ;

- средства собственников помещений в МКД, поступающие на счета осуществляющих управление МКД управляющих организаций, а также на счета специализированных некоммерческих организаций (региональные операторы), на финансирование проведения ремонта, капитального ремонта общего имущества МКД.

Минфин России в письме от 25.04.2014 № 03 - 07 - 11 / 19393 напомнил, что в общем случае безвозмездная передача в пользование помещений признается объектом налогообложения НДС (подп. 1 п. 1 ст. 146 НК РФ).

Однако если помещение передается органам государственной власти и управления, органам местного самоуправления, а также государственным и муниципальным учреждениям, ГУП или МУП, то налог платить не нужно (подп. 5 п. 2 ст. 146 НК РФ).

Унитарному предприятию не нужно включать в расчет налоговой базы денежные средства в виде субсидий, получаемых от своих учредителей или уполномоченных ими органов, на возмещение затрат, в том числе связанных с оплатой приобретаемых товаров (работ, услуг).

Таким образом в НК РФ содержится несколько специальных диспозиций, к которым регулярно обращаются унитарные предприятия в целях оптимизации налогообложения.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (с изменениями на 28 декабря 2016 года)(редакция, действующая с 1 января 2017 года).
2. Письмо Минфина от 25.04.2014 № 03 - 07 - 11 / 19393 «О применении НДС при передаче в безвозмездное пользование помещений»
3. Камалетдинова Э.И., Минеева В.М. Особенности налогообложения ГУП в части уплаты налога на имущество. В сборнике: Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. 2014. С.8 - 10.

© Е.А. Маликова, 2017.

УДК 657.6

Л.Г. Марков

студент 2 курса

Тюменский Индустриальный Университет

Научный руководитель: **Попкова А.А.**

к.с.н., доцент кафедры «Маркетинг и муниципальное управление»

Тюменский Индустриальный Университет

Г.Тюмень, Российская Федерация

ОРГАНИЗАЦИЯ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ

Для того, чтобы в установленные сроки организовать аудиторскую проверку, необходимо провести определенные подготовительные процедуры. Процесс организации аудиторской проверки включает в себя несколько этапов. Прежде всего, аудитору необходимо составить четкий план предстоящих работ. То есть спланировать проведение аудиторской проверки таким образом, чтобы провести ее эффективно в установленные договором с аудируемой компанией сроки.

Планирование аудиторской проверки заключается в разработке общей стратегии и детального подхода к ожидаемому характеру, срокам проведения и объему аудиторских процедур.

Для того, чтобы организовать аудиторскую проверку, необходимо подобрать состав специалистов, назначить руководителя группы аудита.

Назначая состав специалистов для проведения аудиторской проверки, необходимо учитывать:

- бюджет рабочего времени для каждого раздела аудиторской программы (временные затраты аудитора зависят от масштабов деятельности клиента, сложности аудита, опыта работы аудитора с данной аудируемой компанией, а также знания специфики ее деятельности);
- общий срок работы группы специалистов;
- квалификационный уровень группы специалистов;
- количественный состав группы специалистов;
- необходимость привлечения экспертов в составе аудиторской бригады.

При этом под навыками и профессиональной компетентностью подразумевается:

- понимание задания по аудиту и практический опыт выполнения аналогичных по характеру и сложности заданий, приобретенный посредством обучения и предыдущей работы;
- знание и понимание нормативных правовых актов РФ и профессиональных стандартов;
- знания в области информационных технологий;
- знание отраслей, в которых функционирует клиент;
- способность формировать профессиональное суждение;
- понимание принципов и процедур контроля качества, установленных в аудиторской компании (п.18 стандарта №7 «Контроль качества выполнения заданий по аудиту»).

Участники аудиторской группы должны понимать цели и задачи выполняемого ими задания по аудиту.[1, 103]

Такая организация аудиторской проверки способствует тому, чтобы «узким» местам аудита было уделено необходимое внимание для выявления потенциальных проблем. В этом случае организация аудиторской проверки будет выполнена с оптимальными затратами, качественно и своевременно.

Четкий план организации аудиторской проверки позволит эффективно распределить работу между аудиторами, участвующими в аудиторской проверке, а также скоординировать такую работу.

Этапы аудиторской проверки

Руководитель группы заранее согласовывает график работы группы специалистов у клиента, учитывая местонахождение и пожелания клиента.

Организация аудиторской проверки также включает в себя разработку программы подготовки и проведения аудита.

При организации аудиторской проверки следует понимать, что ввиду ее ограниченности во времени, аудитор должен применять выборочный метод сбора информации.

Аудитор может:

- отобрать все элементы (сплошная проверка);
- отобрать специфические (определенные) элементы;
- отобрать отдельные элементы (сформировать аудиторскую выборку).

Выбор метода или сочетания методов выборки зависит от обстоятельств проверки, в частности, аудиторского риска и эффективности аудита. При этом аудитор должен удостовериться, что используемые им методы являются надежными с точки зрения получения достаточного надлежащего аудиторского доказательства для реализации целей тестирования.

Сбор аудиторских доказательств в процессе проведения аудита осуществляется с помощью аудиторских процедур. При этом аудитор заполняет рабочую документацию, которая утверждена внутрифирменными аудиторскими стандартами. [2, 46]

Рабочие документы используются:

- при планировании и проведении аудита;
- при осуществлении текущего контроля и проверки выполненной аудитором работы;
- для фиксирования аудиторских доказательств, получаемых в целях подтверждения мнения аудитора (п.4 стандарта №2 «Документирование аудита»).

В процессе проведения аудиторской проверки руководитель группы постоянно обменивается с клиентом информацией для того, чтобы оперативно были исправлены выявленные нарушения в ходе проверки.

До момента выдачи аудиторского заключения руководитель аудиторской проверки должен проверить рабочие документы аудитора и обсудить работу с участниками аудиторской группы, чтобы убедиться в достаточности и надлежащем характере полученных аудиторских доказательств, подтверждающих сделанные выводы.

Далее (на обобщающей стадии) аудитором формируется письменная информация (отчет) аудитора руководству аудируемой компании или его собственникам по результатам проверки.

Сначала проект письменной информации (отчет) аудитора направляется для ознакомления клиенту для составления возможных корректировок (уточнений), возражений, а также представления дополнительных документов по данным нарушениям. Данное обстоятельство связано с тем, что аудит проводится на выборочной основе, а также с другими присущими аудиту ограничениями и существует риск того, что часть документов может не попасть в поле зрения аудитора.

В процессе согласования проекта отчета аудитором принимаются (либо не принимаются) возражения клиента, предлагаются существующие варианты исправления ошибок в бухгалтерской и налоговой отчетности. Аудитор информирует клиента о возможных последствиях не исправления допущенных искажений в отчетности.

Окончательный вариант отчета вместе с аудиторским заключением передается клиенту.

Список использованной литературы:

1. Бычкова С. М. Практический аудит: учеб. пособие / С. М. Бычкова, Т. Ю. Фомина — М.: ЭКСМО, 2012 — 176 с.
2. Мешалкина, Р.Е. Аудит эффективности – объективная необходимость / Р. Е. Мешалкина // Финансы. – 2013. — 223 с.

© Л.Г. Марков, 2017

УДК 338.2

Е.В. Меньшова

ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВО РГАТУ имени П.А. Костычева
г. Рязань, Российская Федерация

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК СИСТЕМА ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ БИЗНЕСА

В процессе бюджетирования в любой компании важно помнить, что для реального управления финансами нужны три основных бюджета: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств и прогнозный баланс.

Как и любой процесс, бюджетирование имеет свои положительные и отрицательные стороны. К достоинствам бюджетирования относятся [1, с. 78]:

- координация работы предприятия в целом;
- возможность анализа бюджетов, который позволяет своевременно вносить корректирующие изменения;

- возможность сравнения достигнутых и желаемых результатов и др.

Среди недостатков бюджетирования можно перечислить следующие:

- различное восприятие бюджетов у разных специалистов, например, бюджеты не всегда способны помочь в решении повседневных, текущих проблем;
- сложность и дороговизна системы бюджетирования;
- противоречие между достижимостью целей и их стимулирующим эффектом: если достичь поставленных целей слишком легко, то бюджет не имеет стимулирующего эффекта для повышения производительности; если слишком сложно — стимулирующий эффект пропадает, поскольку никто не верит в возможность достижения целей и др. [2, с. 28].

Результатом внедрения системы бюджетирования является достижение тех целей, которые поставлены перед организацией в целом и перед различными менеджерами или отделами в частности. Эффективность может быть повышена в следующих бизнес - процессах предприятия: управление компанией; производительность труда; продажи; управление ресурсами компании.

В качестве примера ниже приведен возможный вариант бюджета движения денежных средств в одном из предприятий Рязанской области.

Таблица 1 - Бюджет движения денежных средств
в ООО «Родина» на 2018 г.

Показатели	Кварталы				Год
	1	2	3	4	
Наличность баланса на начало периода	1420	1840	3500	2050	8810
Поступления:					
сбор от покупателей	5264,6	4471,8	5352,8	4854,6	19943,8
Итого поступлений наличности от операционной деятельности	6684,6	6311,8	8852,8	6904,6	28753,8
Выплаты:					
прямые материалы	2232,05	2067,5	2560,75	2287,1	9147,4
прямой труд	139,1	235,1	325,7	144,8	844,7
общепроизводственные расходы	84,6	169,9	250,5	89,7	594,7
коммерческие и управленческие расходы	396	532	668	436	2032
налог на прибыль	123,85	123,85	123,85	123,85	495,4

Итого выплаты	2975,6	2958,45	3928,8	3081,45	13114,2
Избыток наличности (дефицит)	3709	3353,35	4924	3823,15	15639,6

На основании бюджета движения денежных средств можно сделать следующие выводы: поступления наличности за 2018 г. планируются в размере 28753,8 тыс. руб., что больше чем ожидаемые выплаты на 15639,6 тыс. руб., а это значит, что у организации достаточно денежных средств, чтобы покрыть расходы, связанные с производством и реализацией продукции.

Бюджетирование - это ответственная система финансового планирования бизнеса, которая должна предусматривать соответствующую обратную связь. Роль обратной связи в данном случае играет контроль выполнения бюджета [4, с. 54].

Ключевым элементом системы контроля является «отклонение». При этом предполагается использование метода исключения, в соответствии с которым менеджер сосредотачивает внимание только на значимых отклонениях и не обращает внимания на показатели, которые выполняются удовлетворительно.

Список использованной литературы:

1. Меньшова, Е.В. Использование данных управленческого учета в принятии решений [Текст] / Е.В. Меньшова // Сб.: Наука в современном обществе: закономерности и тенденции развития: Материалы международной научно - практической конференции. - 2017. - С. 75 - 77.
2. Ваулина, О.А. Бюджетирование как управленческая технология [Текст] / О.А. Ваулина, В.В. Текучев // Сб.: Проблемы экономики, организации и управления в России и мире: Материалы XII международной научно - практической конференции. - 2016. - С. 27 - 29.
3. Тарагина, Л.В. Аспекты организации управленческого учета по бизнес - процессам [Текст] / Л.В. Тарагина, О.А. Ваулина // Сб.: Российская экономика: от кризиса к модернизации: Материалы межвузовской студенческой научно - практической конференции, 2016. - С. 102 - 106.
4. Ваулина, О.А. Оценка деятельности центра затрат на предприятии [Текст] / О.А. Ваулина, Л.А. Морозова // Сб.: Проблемы экономики, организации и управления в России и мире: Материалы IX международной научно - практической конференции. - 2015. - С. 53 - 55.
5. Меньшова, Е.В. Особенности организации складского учета [Текст] / Е.В. Меньшова // Сб.: Юбилейный сборник научных трудов профессорско - преподавательского состава, аспирантов, соискателей и студентов. - ФГБОУ ВО РГАТУ имени П.А. Костычева. - 2011. - С. 41 - 43.
6. Ваулина, О.А. Организация управленческого учета по бизнес - процессам в сельскохозяйственных предприятиях [Текст] / О.А. Ваулина, Л.В. Тарагина // Вестник Рязанского государственного агротехнологического университета им. П.А. Костычева, 2016. - № 4 (32). - С. 104 - 107.

© Е.В. Меньшова, 2017

В.М. Минеева

к.э.н., доцент кафедры «финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

А.Д. Петрова

ст. преподаватель кафедры «финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

В.М. Напалкова

Студентка 4 курса экономического факультета

Уфимский государственный нефтяной технический университет

г. Уфа, Российская Федерация

НАЛОГ НА ДОБЫЧУ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье рассмотрен налог на добычу полезных ископаемых. Предложены официальные данные поступлений НДСПИ в консолидированный и федеральный бюджеты Российской Федерации в 2014 - 2015гг.

Ключевые слова: налоги, анализ, налоговые поступления, уплата, налоговые органы, нефтегазовые доходы, нефтегазовая отрасль.

Отрасль нефти и газа в Российской Федерации ещё долгое время будет оставаться основной. Значительная доля поступлений в федеральный и консолидированный бюджет составляет налог на добычу полезных ископаемых.

Налог на добычу полезных ископаемых был введён 1 января 202 года. Налогоплательщиками НДСПИ, в соответствии с НК РФ, являются организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие добычу полезных ископаемых на основании лицензии на право пользования недрами. [1]

В гл. 26 ст. 342 Налогового Кодекса РФ установлены такие виды налоговых ставок как:

1. Адвалорные ставки (в процентах) – применяются в отношении налоговой базы, определяемой как стоимость добытого полезного ископаемого.

2. Специфические ставки (в рублях за тонну) – применяются в отношении налоговой базы, определяемой как количество добытого полезного ископаемого.[1]

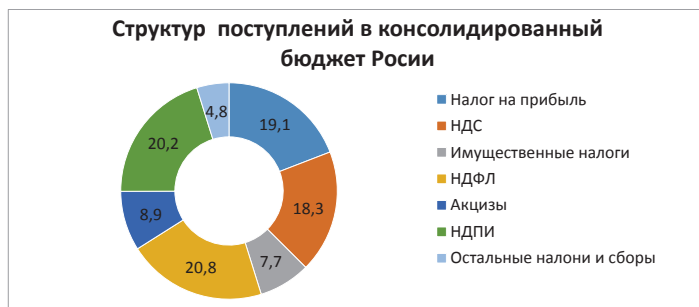


Рисунок 1 - структура поступлений в консолидированный бюджет РФ за 2016 год. [3]

На рисунке 1 видно, что налог на добычу полезных ископаемых за 2016 год занимает одну из самых больших долей налогов, которые уплачиваются в бюджет. Он составляет 20,2, опережает НДС налог на доходы физических лиц, он равен 20,8.

Согласно ст. 96.6 Бюджетного Кодекса РФ К нефтегазовым доходам федерального бюджета относятся доходы федерального бюджета от уплаты:

- налога на добычу полезных ископаемых в виде углеводородного сырья (нефть, газ горючий природный из всех видов месторождений углеводородного сырья, газовый конденсат из всех видов месторождений углеводородного сырья);
- вывозных таможенных пошлин на нефть сырую;
- вывозных таможенных пошлин на газ природный;
- вывозных таможенных пошлин на товары, выработанные из нефти. [2]

Таблица 2 – Структура поступлений в федеральный бюджет РФ. [4]

Виды налогов	2014 год		2015 год		2016 год	
	Млрд. руб.	В % к объёму пост. ФБ РФ	Млрд. руб.	В % к объёму пост. ФБ РФ	Млрд. руб.	В % к объёму пост. ФБ РФ
Всего поступило в федеральный бюджет	6 214,6	100,0	6 880,5	100,0	6 929,1	100,0
из них:						
Налог на прибыль	411,3	6,6	491,4	7,1	491,0	7,1
НДС	2 181,4	35,1	2 448,3	35,6	2 657,4	38,4
Акцизы	520,8	8,4	527,9	7,7	632,2	9,1
НДПИ	2 858,0	46,0	3 160,0	45,9	2 863,5	41,3
Остальные налоги и сборы	243,1	3,9	252,8	3,7	285,1	4,1

По данным таблицы 2 можно заметить, что поступления в федеральный бюджет РФ с 2014 года по 2015 год выросли на 302 млрд. рублей. А с 2015 года по 2016 год эти же поступления уменьшились. Такое уменьшение налога на добычу полезных ископаемых может быть обусловлено, снижением мировых цен на нефть. Среднее значение мировых цен на нефть сорта “Юрлас” на 2015 год равнялась 51 \$ / баррель, а в 2016 году цена на ту же нефть составляла 41,66 \$ / баррель.

Так же можно отметить, что НДС занимает большую долю по поступлениям в федеральный бюджет РФ.

Задолженность по налогу на добычу полезных ископаемых в консолидированные бюджеты субъектов РФ:

- на 01.01.2015 год 2,4 млн. руб.;
- на 01.01.2016 год 2,8 млн. руб.;
- на 01.01.2017 год 2,0 млн. руб.

Можно заметить, что с 2016 года по 2017 год задолженность по НДС уменьшилась на 0,8 млн. рублей, это положительная динамика для государства. Следовательно, государство ведёт грамотную налоговую политику, целью которой является увеличение поступлений и уменьшений задолженности по налогу на добычу полезных ископаемых.

Налоговая политика включает в себя такие направления как - налоговые преференции, понижающие коэффициенты налога на добычу полезных ископаемых, “налоговый манёвр” и т.д.

Как и в любой отрасли налогообложения у НДС есть свои проблемы и недостатки. Например, высокая доля налоговых отчислений с оборота. Данный недостаток становится более явным в период кризиса государства, когда стоимость на нефть падает, а это влечёт за собой уже убыточность производства.

Так же низкое качество распределения налоговой нагрузки. Т.е. большая часть выплат относится на компании, занимающиеся нефтегазовой добычей и переработкой. Значит, что максимальная налоговая нагрузка ложится на самые ёмкие и требующие крупных инвестиционных затрат технологической цепи. Так же существующая система налогообложения достаточно сложно реагирует на изменения цен и колебания валютных курсов.

Можно отметить, что на данный момент Российской Федерации не действует принцип платы за загрязнение и нанесение окружающей среде, как в других развитых и развивающихся странах.

Природные ресурсы являются объектом, и, следовательно, производственная, предпринимательская и другая деятельность предполагает использование этих объектов в дальнейшем для производства, продажи, перепродажи и т.д.

Государство необходимо стимулировать организации и предпринимателей, которые пользуются природными недрами, осуществляя свою деятельность. Например, льготное кредитование, частичное освобождение от налога на добавленную стоимость, не облагать налогом ту часть прибыли, которая будет направлена на приобретение природоохранного назначения и т.д.

Из выше сказанного можно сделать вывод, что налог на добычу полезных ископаемых в Российской Федерации играет не маловажную роль. Государство всячески вносит корректировки в налоговое законодательство, так же осуществляет налоговый контроль за перечислениями НДС, что является необходимым для увеличения доходов в консолидированный и федеральные бюджеты Российской Федерации.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая), принят Государственной Думой РФ 26.07.2000 и утв. Федеральным законом №117 - ФЗ от 05.08.2000; (часть вторая), принят Государственной Думой РФ 19.07.2000 и утв. Федеральным законом №117 - ФЗ от 05.08.2000.

2. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ - Бюджетный Кодекс РФ.

3. <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru> - RU.htm - официальные данные ИФНС за 2015 - 2016 гг.

4. <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru> - RU.htm - официальные данные ИФНС за 2014 - 2016 гг.

5. Эффективность обеспечения уплаты налогов в РФ. Максютова Р.И., Минеева В.М. В сборнике: ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА И СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО сборник статей международной научно - практической конференции. 2014. С. 166 - 169.

6. Налогообложение в цифрах. Ахметшин И.И., Минеева В.М. NovaInfo.Ru. 2015.Т.1 №38. С. 213 - 218.

© В.М.Напалкова, 2017

УДК 336.5

Ю.В. Мищенко

студент 1 курса магистратуры факультета

«Мировая экономика и право»

Сибирский государственный университет путей сообщения

Научный руководитель: О.Л.Конюкова

к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»

Сибирский государственный университет путей сообщения

Г. Новосибирск, Российская Федерация

АНАЛИЗ ПЛАНИРОВАНИЯ РАСХОДОВ НА ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

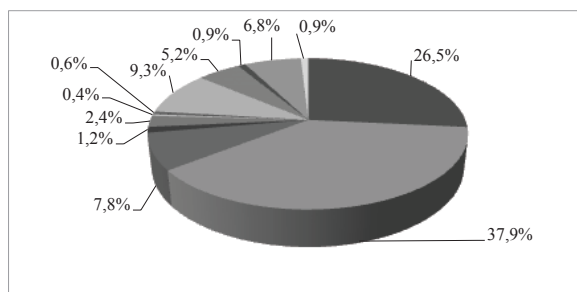
В статье рассмотрена тенденция объемов финансирования здравоохранения на федеральном уровне, методика расчета показателей финансового планирования в медицинских учреждениях.

Ключевые слова: экономика, финансирование, медицинская помощь, регион, объем финансирования, планирование.

Общий объем расходов федерального бюджета на 2016 год был утвержден в размере 16,1 трлн. рублей, что на 4 % выше расходов 2015 года [5]. Финансовое обеспечение на государственную программу, утвержденную в 2014 году «Развитие здравоохранения», в 2016 году составляли 2,3 % от общего объема расходов (0,375 трлн. рублей). Главной целью данной программы является доступное обеспечение медицинской помощью граждан и повышение эффективности оказываемых медицинских услуг. На рисунке 1 отображены расходы на реализацию программы «Развитие здравоохранения» [1, с. 27].

В ходе исполнения федерального бюджета в 2016 году, в рамках обеспечения стабильного социально - экономического развития РФ, были выделены дополнительные бюджетные ассигнования на обеспечение лекарственными средствами в размере 6,1 млрд. рублей.

Самой важной частью социально - экономического развития общества является его медицинское обслуживание. Здравоохранение является одной из ведущих отраслей социальной сферы. По данным Росстата численность врачей на 2015 год составляла 673,0 тыс. чел., что на 36,4 тыс. чел. меньше показателя 2014 года [4].



37,9%	Специализированная медицинская помощь	2,4%	Развитие медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения
26,5%	Профилактика заболеваний и формирование здорового образа жизни. Развитие первичной медико-санитарной помощи	1,2%	Охрана здоровья матери и ребенка органами, казенными учреждениями
9,3%	Экспертиза и контрольно-надзорные функции в сфере охраны здоровья	0,9%	Управление развитием отрасли
7,8%	Развитие и внедрение инновационных методов диагностики, профилактики, лечения и основ персонализированной медицины	0,9%	Развитие скорой медицинской помощи
6,8%	Организация обязательного медицинского страхования граждан России	0,6%	Развитие международных отношений в сфере охраны здоровья
5,2%	Медико-санитарное обеспечение отдельных категорий граждан	0,4%	Кадровое обеспечение системы здравоохранения

Рисунок 2. Доля расходов на реализацию подпрограмм государственной программы «Развитие здравоохранения»

Нормативы объема медицинской помощи и финансовые затраты на ее оказание на государственном уровне предусматриваются Программой государственных гарантий оказания бесплатной медицинской помощи гражданам Российской Федерации. Объем услуг и структура помощи медицинским учреждениям задается нормативами, которые были утверждены на федеральном уровне в расчете на одну тысячу человек. В зависимости от демографической структуры населения и потребности в медицинских услугах, нормативы уточняются на уровне региона.

Единицами объемов услуг в медицинских учреждениях принято считать койко - день в больницах, врачебное посещение и вызов скорой помощи в амбулаторно - клинических учреждениях [2, с.500].

Размер финансовых ресурсов зависит от денежных затрат на одну единицу объема оказываемых медицинских услуг, которые необходимы для реализации Программы государственных гарантий. Программой устанавливаются нормативы, рассчитываемые с учетом результатов анализа расходования средств бюджета за предыдущий период, индексов - дефляторов на плановый период и коэффициентов удорожания на каждой территории [3].

Планирование в здравоохранении осуществляется на государственном уровне, уровне субъектов Федерации, муниципальном уровнях, а также в медицинских учреждениях.

На каждом из уровней формируется программа, в которой определены виды медицинской помощи, ее гарантируемые объемы и нормативы финансовых затрат, а также предложения по использованию мощностей медицинских учреждения для реализации муниципального заказа.

Финансовые органы планируют объем ассигнований из бюджетов на здравоохранение и физическую культуру на основе использования нормативов, рассчитываемые исходя из

нормативов бюджетной обеспеченности в сфере здравоохранения и физической культуры, учитывая повышение федерального уровня заработной платы работников бюджетных учреждений, индексации стоимости продуктов питания, медикаментов и коммунальных услуг.

Финансовое планирование в учреждениях, оказывающих медицинские услуги, ведется на основе таких показателей, как число коек в больницах, количество посещений больных в поликлиниках, число вызовов скорой помощи и нормативов, которые установлены Программой государственных гарантий в муниципальном образовании.

Смета расходов в медицинском учреждении составляется на основе расчета показателей, описанных ниже [3 с. 504 - 505]:

1. *Количество дней функционирования койки*, раздельно по отделениям. Этот показатель устанавливается исполнительными органами.

2. *Среднегодовое количество коек (СрКК):*

$$\text{СрКК} = \text{КК}_{\text{нг}} + \frac{(\text{КК}_{\text{кг}} - \text{КК}_{\text{нг}})^t}{12}, \text{ где } \text{КК}_{\text{нг}}, \text{КК}_{\text{кг}} - \text{количество коек на начало и конец года; } t$$

– число месяцев функционирования вновь развернутых коек.

3. *Прирост коек за год (Пр):*

$$\text{Пр} = \text{КК}_{\text{кг}} - \text{КК}_{\text{нг}}$$

4. *Количество койко - дней (К_{кд}):*

$$\text{К}_{\text{кд}} = \text{Д}_{\text{ф}} \cdot \text{СрКК}, \text{ где } \text{Д}_{\text{ф}} - \text{число дней функционирования койки.}$$

5. *Объем расходов на медикаменты (О_м):*

$\text{О}_{\text{м}} = \text{СрКК} \cdot \text{Д}_{\text{фг}} \cdot \text{Н}_{\text{п}}$, где $\text{Н}_{\text{п}}$ – норма расходов на питание на одну койку в сутки, $\text{Д}_{\text{фг}}$ – количество дней функционирования койки в год.

Рассмотренные выше показатели позволяют не только рассчитать, но и спланировать расходы на здравоохранение. Смета медицинского учреждения составляется на основе используемых материалов экономического анализа исполнения смет за предшествующие года. Это позволяет сделать выводы о необходимости дополнительного финансирования, уточнить объемы отдельных расходов и нормы, а также проследить динамику и показателей и определить влияние факторов на отклонения статьи расходов сметы.

Список используемой литературы:

1. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2016 год (предварительные итоги). URL: <http://minfin.ru/> (дата обращения 2.05.2017)

2. Поляк Г.Б. Бюджетная система России. 3 - е изд., перераб. и доп. - М.: 2010. — 704 с.

3. Постановление правительства РФ от 19.12.2016 № 1403 «О Программе государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов». URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 30.04.2017)

4. Российский статистический ежегодник 2016 года. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 30.04.2017)

5. Финансирование здравоохранения в 2016. «Фармацевтический вестник» Декабрь, 2015 № 42. URL: <https://www.pharmvestnik.ru/> (дата обращения 30.04.2017)

© Ю.В. Мищенко, 2017

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ НЕФТЯНОЙ КОМПАНИИ

Современный мир характеризуется брендами различных компаний [1, С. 123–125]. Так как брендинг – это неотъемлемая часть маркетинговой деятельности, то предприятия должны разрабатывать эффективную маркетинговую стратегию. Маркетинг – это процесс управления компанией, включающий в себя формирование и удовлетворение запросов потребителей с получением прибыли [2, С. 233–235]. Маркетинговая деятельность включает в себя: определение целей маркетинговой кампании, составление плана маркетинговых мероприятий, выбор маркетинговой стратегии.

Для нефтяных компаний маркетинг – это также главная, составляющая, как и у любой другой торговой организации. Многие нефтяные предприятия являются вертикально - интегрированными нефтяными компаниями (ВИНК), поэтому для продвижения своей компании на рынке, своих нефтепродуктов, увеличения прибыли, им необходимо разработать эффективную маркетинговую деятельность. Рассмотрим маркетинг в ПАО «ЛУКОЙЛ» [3]. ПАО «ЛУКОЙЛ» – крупнейшая российская нефтяная компания, которая добывает 2 % мировой нефти. ПАО «ЛУКОЙЛ» – вертикально - интегрированная компания с полным производственным циклом.

Для оценки маркетинговой деятельности проведем стратегический маркетинговый анализ.

Во - первых, оценим влияние основных факторов внешней среды на деятельность организации (таблица 1).

Таблица 1. STEP - анализ ПАО «ЛУКОЙЛ»

Политико - правовые факторы	P	Экономические факторы	E
1. Ввод ограничений на ввоз импортного оборудования. В связи с введенными санкциями, при ухудшении ситуации, у компании могут возникнуть проблемы со сбытом нефти и нефтепродуктов [4,С. 40 - 43].		1. Изменение курса валюты. При нестабильной валюте, цены сильно меняются. Так как компании приходится держать цену низкой, чтобы быть конкурентоспособной, то при дальнейшей такой же ситуации, компания будет терять еще большую прибыль.	
2. Тенденции к регулированию или дерегулированию. Ужесточение требований к добыче, переработке нефти. В связи с этим растут затраты на производство.		2. Уровень располагаемого дохода страны. При низком уровне дохода стран, которые сотрудничают с компанией, она будет терять своих потребителей и прибыль.	
Социокультурные факторы	S	Технологические факторы	T
1. Уровень жизни населения. Если высокий уровень жизни населения, значит высокий уровень		1. Использование в практике новых технологий, оборудования. При использовании новых	

дохода страны. В результате чего, страны могут позволить покупать нефть.		технологий, ЛУКОЙЛ может, как увеличить объемы добычи, так и уменьшить.
2. Изменение стиля жизни населения. Население выберет защиту экологии, значит, предприятию придется повысить уровень экологичности производства, а отсюда следует, что предприятие будет повышать затраты и терять прибыль. Либо люди выберут альтернативные источники энергии, значит, спрос на продукцию резко упадет.		2. НТП в сфере производства. Предприятию нужно следовать за НТП, а это может привести к увеличению затрат.

Кредиторы могут оказать влияние, так как ПАО «ЛУКОЙЛ» взаимодействует с кредитными организациями. Но по оценке финансовой деятельности кредиторскую задолженность компания покрывает. Референтное влияние средств массовой информации сказывается положительно, так как благодаря СМИ люди получают более подробную информацию о деятельности, о достоинствах компании, а также о достижениях [5, С. 262–266].

Проведем анализ конкурентов [6, С. 186–188].

1) *Выбор ближайших конкурентов.* В 2016 год на первом месте по добыче нефти располагается ПАО «НК РОСНЕФТЬ» с объемом 189,7 млн. т. ПАО «ЛУКОЙЛ» занимает второе место с объемом 83 млн. т. На третьем месте – ОАО «Сургутнефтегаз» (61,8 млн. т). Четвертое место – ПАО «Газпром нефть» (37,8 млн. т).

2) *Выбор более мощных конкурентов.* Более мощным конкурентом является ПАО «НК РОСНЕФТЬ», так как данная компания ведет агрессивную стратегию. Также можно считать мощным конкурентом ПАО «Газпром нефть», номенклатура нефтепродуктов представлена в широком масштабе.

3) *Выбор предприятий, обладающих значительной суммарной долей на рынке.* Перечисленные компании являются компаниями - гигантами на российском рынке нефти, и суммарная доля составляет около 70 %.

4) *Выбор всех действующих конкурентов в рамках географических границ рынка:* ПАО «НК РОСНЕФТЬ», ПАО «Газпром нефть».

5) *Выбор всех возможных конкурентов:* ПАО «Татнефть», АО «Зарубежнефть», ОАО «НГК Славнефть», АО «НК Руснефть» (таблица 2).

Таблица 2. Характеристика конкурентов

	ЛУКОЙЛ	РОСНЕФТЬ	Газпром нефть	Сургутнефтегаз	Татнефть
Доля на рынке	~15,6 %	~34,65 %	~6,9 %	~11,29 %	~5,24 %
Известность бренда	5	5	5	4	4
Цена продукции	36,3	35,26	34,87	39,05	38,9

(например, бензин АИ - 95), руб / л					
Качество	5	5	5	4	4

Как видно из таблицы, что ПАО «ЛУКОЙЛ» конкурентоспособен относительно цены с ПАО «НК РОСНЕФТЬ» и ПАО «Газпром нефть». Также можно, сделать вывод, что эти компании и являются главными конкурентами.

Далее произведем оценку выбора маркетинговой стратегии.

Матричная модель предназначена для оценки текущего состояния для товарной марки на рынке. Стратегия, избранная при помощи матричного метода (привлекательность рынка средняя, конкурентная позиция высокая). Для данного рынка и конкурентной позиции нужно избирательное развитие:

- инвестировать для максимально возможного роста;
- концентрировать усилия по сохранению влияния [7, С. 280].

Для поддержки своего решения необходимо воспользоваться характеристиками поведения в различных маркетинговых стратегических позициях (таблица 3).

Таблица 3. Руководство по действию на различных этапах жизненного цикла товара и разных конкурентных позициях

Конкурентная позиция	Этапы ЖЦТ			
	Появление	Рост	Зрелость	Устаревание
Господство	Усиленно увеличивать долю рынка Удерживать позицию	Удерживать позицию Удерживать долю рынка	Удерживать позицию Развиваться вместе с отраслью	Удерживать позицию
Сильная	Попытаться улучшить свою позицию Усиленно увеличивать долю рынка	Попытаться улучшить свою позицию Удерживать долю рынка	Удерживать позицию Развиваться вместе с отраслью	Удерживать позицию
Благоприятная	Избирательно или массово увеличивать долю рынка Избирательно попытаться улучшить свою позицию	Попытаться улучшить свою позицию Избирательно увеличивать долю рынка	Охранять или поддерживать Найти нишу рынка и стараться сохранить ее	Извлекать средства Постепенно уходить с рынка
Надежная	Избирательно улучшать свою позицию	Найти нишу рынка и сохранять ее	Найти нишу рынка и удерживаться на ней или постепенно уходить с рынка	Постепенно уходить с рынка или оставить его
Слабая	Расти или уходить	Оборачиваться или покинуть рынок	Оборачиваться или постепенно уходить	Покинуть рынок

Нефтяная отрасль находится в стадии зрелости [8]. Конкурентная позиция ПАО «ЛУКОЙЛ» на рынке сильная. Следовательно, ПАО «ЛУКОЙЛ» следует удерживать свою позицию и развиваться вместе с отраслью.

Таким образом, маркетинг в ПАО «ЛУКОЙЛ» разрабатывается относительно развития отрасли и конкурентов, действующих в ней.

Список использованной литературы:

1. Кузнецова Е. В., Муллаянова Л. И. Бренд - менеджмент нефтяной компании // Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: Сборник статей международной научно - практической конференции: в 4 ч. – Уфа, 2017. – С. 123–125.
2. Кузнецова Е. В., Валенков А. А. 21 век – маркетинговый бум // Экономическое развитие общества в современных кризисных условиях: сборник статей международной научно - практической конференции: в 3 ч. – Уфа: Аэтерна, 2016. – С. 233–235.
3. Официальный сайт ПАО «Лукойл» // Режим доступа URL: <http://www.lukoil.ru>.
4. Кузнецова Е. В., Муллаянова Л. И. Международные торговые отношения России и Вьетнама // Торговля, предпринимательство и право. –2016. – № 3. – С. 40–43.
5. Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В. Референция как технология управления общественными отношениями // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность в современных условиях: теория и практика: Сборник статей по материалам Всероссийской научно - практической конференции, 2015. – С. 262–266.
6. Кузнецова Е. В., Шестернина М. В. Методика комплексного анализа конкуренции в отрасли // Альманах современной науки и образования. – 2009. – № 11 -2. – С. 186–188.
7. Рафикова Л. Т., Кузнецова Е. В. Конкурентоспособные стратегии компаний в IT - сфере // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: Сборник научных трудов. – Уфа, 2016. – С. 280.
8. Нефтяные компании // Режим доступа URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Нефтяные_компании.

© Л. И. Муллаянова, 2017

УДК 339.18

Л. И. Муллаянова

студент 4 курса направления «Менеджмент», профиль «Международный менеджмент»
Институт экономики и управления (ИНЭК), ФГБОУ ВО УГАТУ
г. Уфа, Российская Федерация

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЛОГИСТИКА НЕФТЯНОЙ КОМПАНИИ

Глобальный мир крупных корпораций требует четко отлаженной социально - экономической системы организации производственного процесса [1]. Данный процесс является ключевым компонентом существования всего предприятия. Поэтому на любом предприятии необходимо разрабатывать производственную логистическую систему [2, С. 389–395]. Производственная логистика – процесс перемещения материального,

финансового и информационного потоков через каждое производственное звено: от разработки продукции до сбыта данной продукции, от производителя к потребителю [3].

Рассмотрим производственную логистику на предприятии ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг» [4]. ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг» – самое крупное российское предприятие, занимающееся научно - исследовательской и проектно - изыскательной работой, строительством и обустройством скважин, разработкой новых технологий. Данная стратегическая бизнес - единица состоит из определенного количества подразделений, которые занимаются каждый своей функцией в условиях рыночных отношений [5, С. 22–26]. В целом все предприятие занимается разведкой, строительством и обустройством скважин по заказу ООО «ЛУКОЙЛ - Западная Сибирь», являющегося главным по добыче нефти и газа такой брендоузнаваемой компании, как ПАО «ЛУКОЙЛ» [6, С. 123–125].

То есть производственный процесс заключается в своевременном перемещении материалов, финансов и информации к нужному подразделению. Главная задача предприятия организовать данный процесс, как можно лучше: с меньшими финансовыми и временными затратами.

Производственный процесс ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг» можно изобразить следующим образом (рисунок 1).

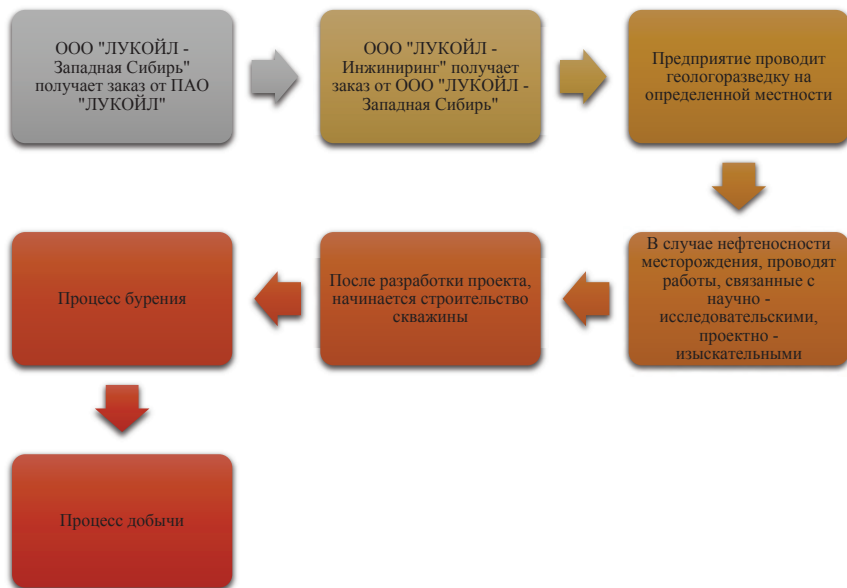


Рис. 1. Производственный процесс ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг»

Так как ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг» занимается непосредственно разработкой технологий, документации, исследованиями, производственная логистика заключается в перемещении необходимой документации, сведений, результатов исследований на определенный этап производственного цикла всего предприятия ООО «ЛУКОЙЛ - Западная Сибирь» или ПАО «ЛУКОЙЛ».

Благодаря деятельности ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг», ООО «ЛУКОЙЛ - Западная Сибирь» и ПАО «ЛУКОЙЛ» увеличили дебет скважин, повысили нефтеотдачу пластов,

увеличили выход светлых нефтепродуктов. Следовательно, можно сделать вывод, что производственная логистика в ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг» работает улучшение деятельности всего холдинга и повышение его показателей.

Таким образом, производственная подсистема логистики является значимым неотъемлемым элементом самоуправления в рамках макрологистической системы корпорации «ЛУКОЙЛ» и направлена на ее дальнейшее инновационное производственное развитие [7, С. 133–138].

Список использованной литературы:

1. Голиков В. Д., Кузнецова Е. В., Черкасова Ю. Ю. Социальный феномен рынка. – Уфа: УГАТУ, 2006. – 296 с.

2. Кузнецова Е. В. Социальный феномен логистики // Социальная политика и социология. – 2010. – № 8 (62). – С. 389–395.

3. Производственная логистика. [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://logistic-info.ru/proizvodstvennaya-logistika/>

4. Официальный сайт ООО «ЛУКОЙЛ - Инжиниринг». [Электронный ресурс] // Режим доступа URL: <http://www.engineering.lukoil.ru>.

5. Голиков В. Д., Кузнецова Е. В. Рынок как социальное явление // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2004. – Т. 5. – № 1. – С. 22–26.

6. Кузнецова Е. В., Муллаянова Л. И. Бренд - менеджмент нефтяной компании // Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: Сборник статей международной научно - практической конференции: в 4 ч. – Уфа, 2017. – С. 123–125.

7. Бикметов Е. Ю., Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В., Рувенный И. Я. Методологические аспекты взаимодействия управления и самоуправления в социально - экономических системах // Развитие регионов и предприятий в условиях глобализации: Материалы международной научно - практической конференции / Ответственный редактор Татаркин А. И. – Уфа, 2015. – С. 133–138.

© Л. И. Муллаянова, 2017

УДК 332.1

Мусиенко С.А.

к.э.н., доцент,

доцент Академии маркетинга и социально - информационных технологий – ИМСИТ
(г. Краснодар), г. Краснодар, РФ

Мусиенко А. А.

магистр 2 курса факультета «Финансы и кредит»

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет», г. Краснодар, РФ

РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В настоящее время в условиях зарождающихся кризисных явлений в экономике России и в связи с объявлением санкций со стороны многих европейских государств вопрос

выживаемости регионов и ослабления бюджетной нагрузки на Федерацию, обусловленной необходимостью обеспечения поддержки территорий, становится особенно острым.

Ввиду бюджетной недостаточности, возможности федеральных властей в предоставлении финансовой помощи высокودотационным регионам России значительно снижаются, в связи с чем, центр ответственности за обеспечение их конкурентоспособности постепенно перекладывается на сами регионы.

На сегодняшний день региональные власти активно включаются с процесс обеспечения опережающего социально - экономического развития управляемых ими территорий, направляя свои усилия на поиск новых инструментов снижения дотационной зависимости от центра и выявления их конкурентных преимуществ.

Среди таких инструментов можно выделить и инвестиции, и формирование кластерных объединений, и непосредственно само предпринимательство, особенно в таких его масштабах как малый и средний бизнес.

Так, опираясь на мировой и отечественный опыт последних двух десятилетий, можно утверждать, что предпринимательство, являясь важной составляющей рыночной экономики, во многом определяет темпы экономического роста территории, структуру и качество валового национального продукта. Оно является неотъемлемым элементом рыночной инфраструктуры, без которого не может быть гармоничного общественного развития.

Растущая роль малого и среднего предпринимательства в развитии хозяйственных связей в экономике российских регионов является одной из доминирующих современных тенденций. Данное обстоятельство, в первую очередь, обусловлено тем, что малый и средний бизнес принимает на себя важные социально - экономические функции, обеспечивая условия воспроизводства рыночных отношений в регионах с учетом баланса интересов между спросом и предложением [1].

Кроме того, развитие данного сектора экономики региона косвенно стимулирует эффективность производства в действующих на его территории крупных компаниях посредством освоения новых рынков, которые эти компании считают недостаточно емкими. Функционирование и развитие малого и среднего бизнеса как гибкого производителя, оперативно реагирующего на изменения конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике в регионах необходимую эластичность, способствует формированию конкурентной среды и служит, в известной степени, антимонопольным потенциалом, выполняя также роль амортизатора колебаний экономической конъюнктуры.

Малый и средний бизнес эффективно содействует росту занятости населения региона, обеспечивая существенное повышение отдачи от социальных программ, реализуемых органами государственной и муниципальной власти.

Кроме того, в силу своих специфических особенностей, этот сектор способен определенно сдерживать монополизацию и содействовать формированию конкурентной среды в экономике региона, активизации межрегиональных экономических связей. Он может оказывать позитивное влияние на большинство параметров, характеризующих региональную конкурентоспособность. Значимость этого сектора региональной экономики с его способностью развиваться в территориях с объективно менее благоприятными условиями хозяйственной деятельности особенно важна для усиления конкурентных позиций проблемных регионов [3, с. 286]

Между тем, малый и средний бизнес позволяет создать эффективную экономическую базу для использования производственного потенциала малообеспеченных регионов,

формирует условия для их устойчивого развития, создает значительное число новых рабочих мест, обеспечивает удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, в определенной степени снижает последствия социальных потрясений, связанных с экономическим переустройством российского общества, активная фаза которой, по всей видимости, далека от своего завершения.

Учитывая особую роль малого и среднего бизнеса в обеспечении опережающего социально - экономического развития территорий, выступает необходимым задуматься и над вопросом стимулирования и развития предпринимательства таких масштабов в проблемных регионах России.

На сегодняшний день уже разработано множество программ и стратегий развития малого и среднего бизнеса в периферийных районах, издано достаточное количество нормативных актов, направленных на поддержку малого предпринимательства, однако не все из них нашли практическое применение или оказались достаточно эффективными. Это объясняется тем, что одних усилий региональных властей или самих предпринимателей, которые, как правило, действуют обособлено друг от друга явно не достаточно.

В такой ситуации становится особо востребованным включение в инициативную экономическую деятельность небольших масштабов крупных хозяйствующих субъектов, научно - исследовательских институтов, высших учебных заведений, негосударственных центров поддержки малого и среднего бизнеса и представителей власти. Такие объединения позволят достичь синергетического эффекта, благоприятно отражающегося как на повышении эффективности предпринимательской деятельности, так и на социально - экономическом росте региона в целом. А привлечение малых и средних предприятий к государственным и муниципальным заказам расширит кооперацию между малым и крупным бизнесом, что, бесспорно, улучшит конкурентную среду в регионе и, тем самым, - его конкурентоспособность [2, с. 122].

Все это будет способствовать привлечению дополнительных ресурсов в регион и увеличению его финансового и производственного потенциала, а также даст возможность отстающим территориям выйти на новую траекторию развития, свободную от экономической зависимости со стороны центра и давления со стороны сильнейших конкурентов.

Таким образом, малый и средний бизнес, как сектор региональной экономики и фактор опережающего социально - экономического развития территории, является важным стратегическим ресурсом, внутренним источником устойчивого развития экономики российских регионов и обеспечения материального благосостояния их населения в условиях рыночного хозяйствования.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» 24.07.2007 № 209 - ФЗ (ред. от 03.07.2016)

2. Мусиенко С.А., Мусиенко А.А. О территориальных кластерах и иных механизмах повышения инвестиционной привлекательности регионов // Международное периодическое издание по итогам Международной научно - практической конференции «Новая наука: Стратегии и векторы развития» (Магнитогорск, 08.04.2017 г.) – г. Стерлитамак: ООО «АМИ», 2017. – №4 - 3 - 1. – 220 с.

3. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. / М.Э.Портер.– М.: Издательский дом «Вильямс», 2002.– 496 с.

© Мусиенко С.А., 2017

© Мусиенко А.А., 2017

К.А. Назаретян

студентка факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

Н.Т. Кумпилов

студент факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ЗЕМЕЛЬНОГО РЫНКА (ПО МАТЕРИАЛАМ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Земля – это элемент природной среды и фактор производства. В рыночной экономике она представляет собой объект недвижимости и неотъемлемую часть основного капитала. Земле присущи свойства товара, а также участие в сделках купли - продажи, аренды, дарения и т.д.

Основные особенности земли определяются тем, что она является: главным средством производства; объектом земельных отношений; объектом земельной собственности.

Эти особенности и выступают особенностями земельного рынка.

Земли Краснодарского края являются одним из главных источников богатства и достояния России. В связи с этим важнейшей задачей государственной земельной политики представляется эффективное управление и разумное использование земельных ресурсов региона [5].

Стоит отметить, что на современное состояние использования земель непосредственно влияют такие факторы, как: состав и структура земельного фонда; классификация земель по формам собственности; выявление тенденции изменения видов угодий.

По данным Росреестра, площадь земельного фонда Краснодарского края составила 7548,5 тыс. га по состоянию на 01.01.2016 г.

В таблице 1 представлено распределение земель по категориям [1,2].

Таблица 1 – Распределения земель Краснодарского края по категориям

Категория земель	На 01.01.2015		На 01.01.2016		2015 г. к 2014 г. в %
	тыс. га	%	тыс. га	%	
Земли сельскохозяйственного назначения	4734,1	62,7	4727,9	62,6	99,9
Земли населенных пунктов	609,2	8,1	615,2	8,2	101,0
Земли промышленности	145,9	1,9	147,2	2,0	100,9
Земли особо охраняемых территорий	379,3	5,0	379,1	5,0	99,9

Земли лесного фонда	1211,8	16,1	1211,3	16,0	99,96
Земли водного фонда	324,6	4,3	324,6	4,3	100,0
Земли запаса	143,6	1,9	143,2	1,9	99,7
Итого земель	7548,5	100,0	7548,5	100,0	100,0

Анализируя данные государственной статистической отчетности, можно отметить, что в 2015 г. перераспределение земель между категориями продолжилось. Это обусловлено земельными преобразованиями, которые проводятся в крае и направлены на укрепление форм собственности и формирование многоукладных способов хозяйствования на земле.

Реальным показателем политики, проводимой в крае, является движение земель между категориями, землевладельцами и землепользователями, а также собственниками земельных участков.

Земли сельскохозяйственного назначения занимают наибольшую часть территории Краснодарского края – 4727,9 тыс. га (62,6 %), за 2014 - 2015 гг.

На рисунке 1 изображены удельные веса каждой категории земли в составе земельного фонда Краснодарского края.



Рисунок 1 – Структура земельного фонда Краснодарского края в 2015 г.

Распределение земель по формам собственности рассмотрено в таблице 2 [1,2].

Таблица 2 – Распределение земель Краснодарского края по формам собственности, тыс. га

Форма собственности Категория земель	На 01.01.2015			На 01.01.2016		
	Частная (физические лица)	Частная (юридические лица)	Государственная и муниципальная	Частная (физические лица)	Частная (юридические лица)	Государственная и муниципальная
Земли сельскохозяйственного назначения	2873,7	507,4	1353	2809,5	575	1343,4
Земли населенных пунктов	167,1	13,3	428,8	169,7	14,5	431

Земли промышленности	0,2	3,8	141,9	0,3	3,9	143
Земли особо охраняемых территорий	-	0,1	379,2	-	0,1	379
Земли лесного фонда	-	-	1211,8	-	-	1211,3
Земли водного фонда	-	-	324,6	-	-	324,6
Земли запаса	-	-	143,6	-	-	143,2
Итого земель	3041	524,6	3982,9	2979,5	593,5	3975,5

На рисунке 2 отражена динамика распределения земель по формам собственности.

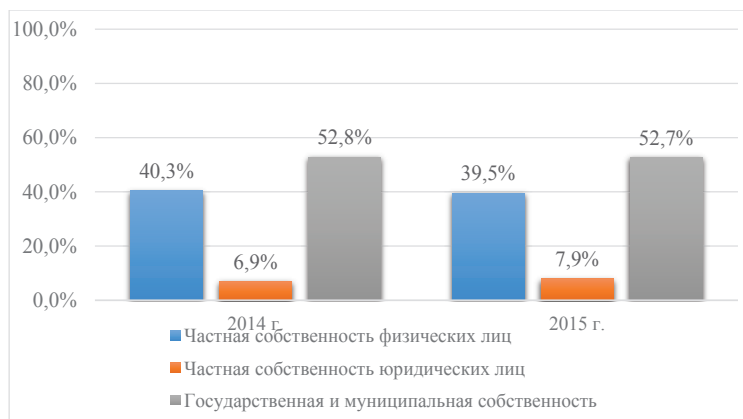


Рисунок 2 – Динамика распределения земель на территории Краснодарского края по формам собственности, % к общей площади земель края

Наибольшая площадь земель Краснодарского края находится в государственной и муниципальной собственности как в 2014, так и в 2015 г. – 3982,9 и 3975,5 тыс. га соответственно, то есть 52,8 % и 52,7 % от общей площади края.

Следует отметить, что за 2015 г. площадь земель, находящихся в частной собственности физических лиц, уменьшилась, а земли в частой собственности юридических лиц увеличились. Эти сдвиги в большей степени связаны с перераспределением земель сельскохозяйственного назначения между различными собственниками.

Таким образом, земельные преобразования, которые проводятся в Краснодарском крае, в большей степени оказали влияние именно на земли сельскохозяйственного назначения. Данная категория влияет на развитие аграрного сектора экономики, а стало быть, и на всю экономику края в целом.

Эффективность использования земельного фонда в сельскохозяйственном производстве характеризует структура сельскохозяйственных угодий. Распределение земель сельскохозяйственного назначения по видам угодий проанализировано в таблице 3 [1,2].

Таблица 3 – Распределение земель сельскохозяйственного назначения
Краснодарском крае по видам угодий

Вид угодий	На 01.01.2015		На 01.01.2016		2015 г. к 2014 г. в %
	тыс. га	%	тыс. га	%	
Земли сельскохозяйственного назначения, всего	4734,1	100,0	4727,9	100,0	99,9
из них: <i>сельскохозяйственные угодья</i> , всего	4230,2	89,4	4224,6	89,4	99,9
в том числе:					
- пашня	3742,0	79,0	3737,8	79,1	99,9
- многолетние насаждения	95,4	2,0	94,5	2,0	99,1
- сенокосы	51,4	1,1	51,4	1,1	100,0
- пастбища	341,4	7,2	340,9	7,2	99,9
<i>несельскохозяйственные угодья</i>	503,9	10,6	503,3	10,6	99,9

Сельскохозяйственные угодья занимают большую часть земель сельскохозяйственного назначения 4224,6 тыс. га в 2015 г., что составляет 89,4 % от площади земель соответствующей категории.

Наиболее важным видом сельскохозяйственных угодий является пашня. За рассматриваемый период площадь пашни незначительно сократилась, однако удельный вес в общей площади сельскохозяйственных угодий не изменился – 89,4 %.

Многолетние насаждения представлены садами, виноградниками, ягодниками. Произошло сокращение данного вида сельскохозяйственных угодий на 0,9 % за 2014 - 2015 гг. Пастбища занимают 7,2 % от общей площади земель сельскохозяйственного назначения, сенокос – 1,1 %.

Что касается несельскохозяйственных угодий (застроенные территории, дороги, болота, кустарники, овраги и т.д.), то наблюдается небольшое сокращение их площади – на 0,1 %.

Изменению земельных отношений в крае, перераспределению по формам собственности земель между хозяйствующими субъектами и созданию условий для развития таких новых форм хозяйствования, как акционерные общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, коллективные сельскохозяйственные объединения, способствовала земельная реформа, которую можно рассматривать как неотъемлемую составляющую экономических преобразований общества [3].

Далее в таблице 4 отражено использование земель организациями - производителями сельскохозяйственной продукции [1,2].

Таблица 4 – Использование земель производителями сельскохозяйственной продукции в Краснодарском крае

Категория землепользователей	На 01.01.2015		На 01.01.2016		2015 г. к 2014 г. в %
	тыс. га	%	тыс. га	%	
Хозяйственные товарищества и общества	2507,7	71,7	2507,7	72,2	100,0
Производственные кооперативы	447,2	12,8	423,4	12,2	94,7
Государственные и муниципальные унитарные сельскохозяйственные предприятия	152,5	4,4	154,3	4,4	101,2
Научно - исследовательские и учебные учреждения и заведения	91,2	2,6	96	2,8	105,3
Подсобные хозяйства	32,5	0,9	30,6	0,9	94,2
Прочие предприятия, организации и учреждения	258,2	7,4	255,7	7,4	99,0
Общинно - родовые хозяйства	0,0	-	0,0	-	-
Казачьи общества	6,9	0,2	7,1	0,2	102,9
Итого использовалось земель	3496,2	100,0	3474,8	100,0	99,4

Общая площадь земель производителей сельскохозяйственной продукции в Краснодарском крае сократилась за период 2014 - 2015 гг. на 0,6 % и составила в 2015 г. 3474,8 тыс. га.

Набольшую площадь, на которой производят сельскохозяйственную продукцию, занимают хозяйственные товарищества и общества – 2507,7 тыс. га (72,2 %). Далее идут производственные кооперативы. Они используют 423,4 тыс. га (12,2 % - сокращение на 0,6 % в сравнении с 2014 г.).

Следует сказать, что в регионе идет процесс активного восстановления казачества. Так, создан фонд целевого земельного использования в 30 районах и городах края площадью 16,9 тыс. га, из которых 13,2 тыс. га – сельскохозяйственные угодья.

Таким образом, в результате проведенного анализа можно сказать, что в последние годы протекает процесс перераспределения земель по формам собственности, доля земель, находящихся в частной собственности, растет. Это можно трактовать как результат оборота земель и развития земельного рынка.

Эффективности управления земельными ресурсами Краснодарского края будет способствовать решение ряда задач:

1. Совершенствование порядка образования земельных участков.
2. Улучшение порядка предоставления земельных участков организациям и гражданам.
3. А также порядка изъятия земель в муниципальных и государственных целях.
4. Совершенствование земельного надзора и контроля.

На современном этапе развития земельных отношений необходимым представляется регулирование земельного рынка со стороны государства. И, в первую очередь, это совершенствование законодательства.

Мероприятия, осуществляемые в рамках Государственной программы развития сельского хозяйства, направлены на увеличение количества и качества используемой земли сельскохозяйственного назначения [5].

Однако в настоящее время в связи с несоблюдением севооборота, что порождает снижение урожайности и падение плодородия почвы, качественное состояние сельскохозяйственных угодий ухудшилось.

Возникает экологическая проблема в современных условиях, что связано с использованием пестицидов и ядохимикатов.

Важной причиной уменьшения площади продуктивных земель в регионе выступает экономическое состояние сельского хозяйства. Фермерские хозяйства и сельскохозяйственные организации по причине отсутствия финансовых ресурсов не в состоянии проводить мероприятия по сохранению плодородия почв, в полной мере выполнять технологии выращивания сельскохозяйственных культур, а также обеспечить материально - технической базой, что выступает неотъемлемым звеном в использовании земли.

В Краснодарском крае порядка 130,2 тыс. га сельскохозяйственных угодий числятся как невестребованные, поэтому следует вовлечь эти земли в сельскохозяйственный оборот [4].

Таким образом, эффективное управление земельными ресурсами и разрешение указанных проблем является важной задачей государства. Представляется необходимым совершенствование земельной политики края в целях рационального использования каждого участка земли.

Список использованной литературы:

1. Доклад о состоянии и использовании земель Краснодарского края в 2014 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.frskuban.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=10813&Itemid=287.

2. Доклад о состоянии и использовании земель Краснодарского края в 2015 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.frskuban.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=10813&Itemid=287.

3. Липчиу, Н. В. Современное состояние земель Краснодарского края / Н. В. Липчиу, И. В. Гагай // Научный журнал КубГАУ. – 2014. – № 99(05). – С. 1–16.

4. Мироненко, Л.А. Проблемы управления земельными ресурсами в Краснодарском крае / Л.А. Мироненко Л.А. Гришко // Традиции и инновации в современной науке. XVI Международная научно - практическая конференция. 2016 г. – С. 205 - 207.

5. Парамонов, П. Ф. Агропродовольственный рынок региона: теория и практика: коллективная монография / П. Ф. Парамонов [и др.]. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – 429 с.

© Назаретян К.А., Кумпилов Н.Т., 2017

УДК33

НикитенкоЕ.Н.

магистрант 1 - го курса

Факультет технологии, экономики и дизайна
Армавирский государственный педагогический университет
г.Армавир, Российская Федерация

СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

В процессе оценки дебиторской задолженности подробно рассматривается состав просроченной задолженности, выделяются сомнительная и безнадёжная задолженность,

т.е.оценивается качество дебиторской задолженности. Исходной информацией для анализа являются данные бухгалтерского учета по задолженности конкретных контрагентов, при этом важно получить информацию не только о сумме задолженности, но и о сроках еевозникновения. Для получения информации о просроченности задолженности следует провести анализ договоров сконтрагентами. Когда такая информация получена, составляется реестр «старения» счетовдебиторов, гдевседебиторы ранжируются поубыванию величины задолженности.

Определение системы характеристик, оценивающих кредитоспособность отдельных групп покупателей, осуществляется обычно по следующим критериям: объем и стабильность осуществления хозяйственных операций с покупателем; репутация покупателя в деловом мире; платежеспособность клиента; объемы состав чистых активов, которые могут составлять обеспечение кредита при неплатежеспособности дебитора и возбуждении дела о его банкротстве.

На основании результатов оценки кредитоспособности проводится группировка покупателей по категориям кредитоспособности, например, как показано в табл.1, и принимается решение о возможности продажи товаров в кредит.

Таблица 1

Классификация покупателей по категориям кредитоспособности[2]

Категория	Уровень кредитоспособности	Предоставляемый срок оплаты, дн.	Предоставляемый кредит
1	Высокий	До 30	Неограниченный
		Свыше 30	Слабо ограниченный
2	Хороший	До 10	Неограниченный
		До 30	Слабо ограниченный
3	Средний	Свыше 30	Строго ограниченный
		До 15	Слабо ограниченный
4	Низкий	От 15 до 60	Строго ограниченный
		Свыше 60	Не предоставляется
5	Очень низкий	До 15	Строго ограниченный
		Свыше 15	Не предоставляется
		-	Не предоставляется

Управление дебиторской задолженностью предполагает, прежде всего, планирование и контроль за оборачиваемостью средств в расчетах. Ускорение оборачиваемости в динамике рассматривается как положительная тенденция. Большое значение имеют отбор потенциальных покупателей и определение условий оплаты товаров, предусматриваемых в контрактах.

Обобщающим показателем возврата задолженности в финансовом анализе является оборачиваемость. Показатель ликвидности характеризует скорость, с которой она будет превращена в денежные средства (наличность). Таким образом, показатель качества и ликвидности дебиторской задолженности может быть её оборачиваемость. Оборачиваемость характеризуют группа коэффициентов, например коэффициент

оборачиваемости дебиторской задолженности. Рост коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности показывает относительное уменьшение коммерческого кредитования и наоборот.

Коэффициент оборачиваемости рассчитывается как отношение объема дохода (выручки) от реализации продукции (работ, услуг) к средней дебиторской задолженности по формуле:

$$K_{o.d.} = ДР : ДЗ, (1)$$

где $K_{o.d.}$ – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;

ДР – доход от реализации продукции (работ, услуг);

ДЗ – средняя дебиторская задолженность.

Этот коэффициент показывает, сколько раз задолженность образуется и поступает предприятию за исследуемый период, т.е. насколько быстро компания собирает деньги с клиента за поставленные товары.

Оборачиваемость дебиторской задолженности (ОД), может быть рассчитана и в днях. Этот показатель отражает среднее число дней, необходимое для её возврата. Рассчитывается как отношение количества дней в периоде и коэффициента оборачиваемости:

$$ОД = П : K_{o.d.}, (2)$$

где П – длительность периода;

Рост коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности показывает относительное уменьшение коммерческого кредитования и наоборот. Желательна максимизация этого показателя. Повышение показателя свидетельствует об улучшении управления дебиторской задолженностью.

Ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности является первоочередной задачей предприятий в современных условиях и достигается различными путями.

Существует и другой показатель: продолжительность погашения дебиторской задолженности.

$$\text{Период погашения ДЗ} = \text{число дней в периоде} : K_{o.d.} (3)$$

Необходимо принять во внимание, что чем больше период просрочки дебиторской задолженности, тем выше риск её непогашения.

Рост этого показателя нежелателен в силу роста вероятности непогашения задолженности. Необходимо также рассчитывать средний период оплаты счетов покупателями той или иной продукции. При этом следует выделять в отдельную группу покупателей, по которым средний показатель превышен. Удельный вес дебиторской задолженности в структуре оборотных средств характеризует коэффициент отвлечения оборотных активов.

Оценка уровня дебиторской задолженности организации и его динамика в предшествующем периоде осуществляется на основе определения коэффициента отвлечения оборотных активов в дебиторскую задолженность, который рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{OAdз} = ДЗ : OAd, (4)$$

где $K_{OAdз}$ — коэффициент отвлечения оборотных активов в дебиторскую задолженность;

ДЗ — общая сумма дебиторской задолженности организации (или сумма задолженности отдельно по товарному и потребительскому кредиту);

ОА — общая сумма оборотных активов организации.

Кроме того, рассчитывают удельный бессомнительной задолженности в структуре дебиторской задолженности.

Доля сомнительной задолженности в составе дебиторской задолженности (ДСМДЗ) рассчитывается по формуле:

$$\text{ДСМДЗ} = \text{СмДЗ} / \text{ДЗ}, (5)$$

где СмДЗ — сомнительная дебиторская задолженность.

Этот показатель характеризует «качество» дебиторской задолженности. Тенденция к его росту свидетельствует о снижении ликвидности и о необоснованном завышении чистых активов и финансового результата.

Аналогичным образом можно вычислить удельный вес просроченной дебиторской задолженности. Другими показателями неоправданного роста дебиторской задолженности могут выступать сверхнормативные значения коэффициентов общего покрытия или промежуточного коэффициента покрытия, а также высокое значение коэффициента удельного веса дебиторской задолженности в составе оборотного капитала, повышение среднего срока расчетов покупателей за поставляемую продукцию и др.

Большинство авторов считает, чем больше средний период отсрочки платежа, тем больше сомнительная дебиторская задолженность у компании.

Оценка состава и давности образования дебиторской задолженности осуществляется на основании реестра старения счетов дебиторов. По мнению большинства авторов это является наилучшим методом оценки качества и контроля дебиторской задолженности. Исходной информацией для составления такого реестра являются данные бухгалтерского учета по задолженности конкретных контрагентов, при этом важно получить информацию не только о сумме задолженности, но и о сроках ее возникновения. Для получения информации о просроченной задолженности следует провести анализ договоров с контрагентами.

Затем все дебиторы ранжируются по убыванию величины задолженности.

Реестр «старения» счетов дебиторов более информативен, чем просто расчет среднего срока погашения задолженности.

Реестр старения представляет собой сводную таблицу с данными об объемах дебиторской задолженности предприятия с разбиением по срокам возникновения ДЗ: до 30 дн. (0 - 30), от 30 до 60 дн. (30 - 60), от 60 до 90 дн. (60 - 90) и т.д.

Реальная картина, полученная в результате анализа реестра старения дебиторской задолженности, дает представление о состоянии расчетов предприятия со своими потребителями и позволяет выявлять просроченную задолженность.

Для того чтобы получить еще более точную информацию о состоянии дебиторской задолженности и, соответственно, о тенденциях поступлений денежных средств, рекомендуется составлять подобный реестр по конкретным потребителям или по конкретным видам продукции. Реестр дебиторов позволяет разнести сумму дебиторской задолженности по отдельным покупателям и выделить группу важнейших дебиторов.

Анализ динамики просроченной дебиторской задолженности по торговым операциям дает возможность выявить сомнительных контрагентов и принять решение о сокращении товарного кредита или переходе к предоплате.

Следовательно, можно прибегнуть к системе управления правами доступа пользователей, настроить ее так, чтобы менеджеры не могли отгрузить неоплаченные заказы ненадежным клиентам. Так, проведя анализ дебиторской задолженности и просмотрев условия работы с заказчиками, руководитель предотвращает кредитные отгрузки ненадежным контрагентам.

По каждому крупнейшему дебитору необходимо провести работу по возврату задолженности. Основываясь на опыте реструктуризации и реформирования предприятий России, можно предложить следующие меры для анализируемого предприятия:

1. создание целевой группы по работе с дебиторской задолженностью;
2. составление и анализ реестра «старения» счетов дебиторов;
3. разработка мероприятий по работе с конкретными контрагентами с указанием сроков, ответственных, оценки затрат и полученного эффекта;

К мероприятиям по работе с дебиторами относятся:

- телефонные переговоры;
- выезды к контрагентам;
- оформление договоров цессии;
- разработка схем погашения задолженности векселями с их последующей реализацией;
- разработка эффективных бартерных схем;
- проработка возможностей обращения в арбитраж.

Реестр старения дебиторской задолженности содержит исходную информацию для прогноза поступления средств. Он является самым важным документом для расчета коэффициентов инкассирования.

Путем обработки данных о темпах погашения дебиторской задолженности с различными сроками возникновения можно рассчитать коэффициенты инкассации (Кинк) - процент ожидаемых денежных поступлений от продаж в определенном интервале времени от момента реализации:

Кинк = Изменение дебиторской задолженности : Объем продаж, (6)

На основе ожидаемого объема продаж и рассчитанных коэффициентов инкассации составляется график ожидаемых поступлений денежных средств от продаж.

В случаях, когда нет статистических данных, либо эти данные имеют значительный разброс и поэтому не могут быть подсчитаны достоверные средние значения, можно использовать наименьшие значения коэффициентов инкассации для прогноза пессимистического варианта.

Анализ дебиторской задолженности необходимо дополнить анализом кредиторской задолженности. Методика анализа кредиторской задолженности аналогична методике анализа дебиторской задолженности. [11, С.90]

Помимо прогнозирования поступлений денежных средств необходимо определить и величину ожидаемых выплат, т.е. погашения обязательств перед поставщиками по поставкам сырья и материалов, перед персоналом по заработной плате, перед бюджетом и внебюджетными фондами и т. п.

Дебиторская задолженность - элемент оборотных средств, ее уменьшение снижает коэффициент покрытия. Поэтому необходимо решать не только задачу снижения

дебиторской задолженности, но и ее балансирования с кредиторской. При анализе соотношения между дебиторской и кредиторской задолженностям и необходим анализ условий коммерческого кредита, предоставляемого фирме поставщиками сырья и материалов.

Вопрос о сопоставимости дебиторской и кредиторской задолженности весьма актуален, т.к. на финансовое состояние компании влияет как оборачиваемость дебиторской задолженности так и кредиторской. По мнению одного из авторов для нормального функционирования организации необходимо превышение дебиторской задолженности над кредиторской. Но также это может свидетельствовать о более быстрой оборачиваемости кредиторской задолженности, чем дебиторской. Следовательно, произойдет нехватка денежных средств в обороте для покрытия кредиторской задолженности.

Многие аналитики считают, что если кредиторская задолженность превышает дебиторскую, то предприятие рационально использует средства, т.е. временно привлекает в оборот средств больше, чем отвлекает из оборота. Бухгалтеры относятся к этому отрицательно, потому что кредиторскую задолженность предприятие обязано погашать независимо от состояния дебиторской задолженности. В мировой учетно - аналитической практике сопоставлению дебиторской и кредиторской задолженности уделяют постоянное внимание.

Сопоставление дебиторской и кредиторской задолженности является одним из этапов анализа дебиторской задолженности, призванным выявить причины образования дебиторской задолженности.

Таким образом, оценка влияния балансовых остатков дебиторской и кредиторской задолженности на финансовое состояние предприятия должна осуществляться с учетом коэффициента общей ликвидности и соответствия периодичности превращения дебиторской задолженности в денежные средства периодичности погашения кредиторской задолженности.

Состояние дебиторской и кредиторской задолженности, их размеры и качество оказывают сильное влияние на финансовое состояние организации.

Для улучшения финансового положения организации необходимо:

- 1) следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности.
- 2) контролировать состояние расчетов по просроченным задолженностям;
- 3) по возможности ориентироваться на увеличение количества заказчиков с целью уменьшения риска неуплаты монопольным заказчикам.

Поэтому необходимо научиться «управлять» дебиторской задолженностью, для чего контролировать состояние расчетов с покупателями по отсроченным (просроченным) задолженностям, следить за состоянием дебиторской и кредиторской задолженности, так как превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия, поэтому делает необходимым привлечение дополнительных дорогостоящих источников финансирования, а при досрочной оплате можно применить систему скидок, с тем, чтобы стабилизировать финансовое положение предприятия, так как замедление оборачиваемости дебиторской задолженности ведет к сокращению денежного потока.

Примечание:

1.Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) / от 30.11.1994 N 51 - ФЗ (ред. от 28.03.2017)

2. Белозерская А.В. Роль транснациональных корпораций в процессе глобализации мировой экономики // Экономика устойчивого развития. 2017. № 1 (29). С. 13 - 20.

3.Пашкина И.Н., Фадеева О.В. Работа с дебиторской задолженностью. Возврат долгов. - Система ГАРАНТ, 2014.

4.Вандина О.Г. Формирование системы внутреннего аудита финансовых результатов торговой организации // Экономические и гуманитарные науки, 2012 №8. с.34 - 39

5. Вандина О.Г. Организация и процедуры непрерывного, периодического и разового внутреннего контроля // Экономические и гуманитарные науки, 2012 №7. с.44 - 48;

6. Вандина О.Г. Организация внутреннего контроля в учреждениях высшего образования // сборник: состояние и пути развития современной экономики // материалы VII международной научно - практической конференции. Министерство образования и науки РФ; Армавирский государственный педагогический университет.2016. с.69 - 75;

7.Вандина О.Г. Понятие и значение внутреннего контроля в организации // сборник научных трудов участников региональной заочной научно - практической конференции «Инновационное развитие экономики региона: проблемы и решения», 2013. С.18 - 23

© НикитенкоЕ.Н.

УДК 33

Никифорова Е.А.,

Студентка группу БУ2 - 6м, магистр

Научный руководитель: Артамонова К.А., к.э.н., доцент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД) промышленное производство в России охватывает сферы деятельности «Добыча полезных ископаемых», «Обрабатывающие производства», «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды».

Классификация производств, осуществляемая при планировании и учете затрат и себестоимости продукции в любой отрасли промышленности, и в химической в частности, осуществляется, прежде всего, по их целевой функции. В этой связи она связана с классификацией промышленных процессов производства, принимаемой в науке и организации. По целевой функции производственные процессы в промышленности, как известно, подразделяют на две группы:

- 1) процессы добычи сырья и материалов;
- 2) процессы переработки (обработки) предметов труда.

В химической промышленности обе группы производственных процессов имеют место, однако, в обособленном виде ни на одном предприятии добывающие процессы, как правило, не существуют в чистом виде.

Проанализируем данные о производстве важнейших видов продукции за период 2010 - 2015 гг. в соответствии с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности (ОКПД) в 1 таблице.

Таблица 1. Производство основных видов продукции химического производства (тысяч тонн)⁹

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Красители органические синтетические и лаки цветные (пигментные) и составы на их основе	15,6	17,5	19,9	21,1	25,5	28,8
Карбид кальция	68,0	62,8	59,7	56,3	47,3	0,6
Сера техническая природная	77,7	68,6	68,9	123	119	110
Сера техническая газовая	6337	6488	6416	5977	5859	5961
Этилен	2381	2469	2301	2679	2395	2668
Бензол	1117	1117	1086	1206	1193	1220
Стирол	476	486	533	610	647	675
Метанол - яд синтетический	2529	2465	2717	2776	2805	2840
Метанол - ректификат технический лесохимический	387	648	595	728	749	731
Метанол сырец в пересчете на ректификат	26,1	25,2	16,1	16,8	18,6	26,9
Удобрения минеральные или химические (в пересчете на 100 % питательных веществ)	17889	18828	17833	18441	19724	20146
Пластмассы в первичных формах	4963	5436	5517	6435	6643	7266
Пластификаторы составные для резин и пластмасс	66,7	61,0	66,5	74,0	78,5	78,3
Материалы лакокрасочные и аналогичные для нанесения покрытий, краски и мастики полиграфические	1076	1136	1188	1253	1281	1215

⁹ Промышленное производство в России - 2016 г.: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_48/Main.htm (Дата обращения 3.05.2017)

Как видно из таблицы 3, в лидерах отрасли по темпу роста:

- Красители органические синтетические и лаки цветные (пигментные) и составы на их основе +11 %;
- Сера техническая природная +6 %;
- Стирол +6 %;
- Метанол - ректификат технический лесохимический +11 %;
- Пластмассы в первичных формах +7 %.¹⁰

Данные Росстат отражают падение производства карбид кальция - 55 %.

Согласно рисунку 1 химическая отрасль составляет 3 % из обрабатывающего производства. Несмотря на это, по данным Росстат, химическая промышленность показывает уверенный рост уже на протяжении нескольких лет подряд в соответствии с таблицей 1.



Рисунок 5. Доля химической отрасли в обрабатывающем производстве.

Крупнейшими химическими компаниями в России являются Лукойл - пермефтеоргсинтез, Газпромнефтехимсалават, Группа Уралкалий, Синтез - Каучук, Группа Метафракс, Сода, Полиэф, Каустик, Минеральные удобрения, Стерлитамакский нефтехимический завод.

В будущем стоит ожидать появления на базе химического сектора заводы, которые располагаются на территории Урала, Соликамска, Башкирии, Омска, так и в Нижнем Тагиле. Специалисты проанализировали, что, имея такую тенденцию развития и создания в стране таких заводов динамика прироста химического производства в 2018 гг. сохранится, а возможно и увеличится до 6–8 % ежегодно.

Список использованной литературы

1. Промышленное производство в России - 2016 г.: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа:[http: // www.gks.ru / bgd / regl / b16 _ 48 / Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_48/Main.htm) (Дата обращения 3.05.2017)

© Е.А. Никифорова, 2017

¹⁰ Промышленное производство в России - 2016 г.: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа:[http: // www.gks.ru / bgd / regl / b16 _ 48 / Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_48/Main.htm) (Дата обращения 3.05.2017)

А.Е.Никушина.,

Студентка группы Фкбд - 31

Д. С. Дубровина.,

Студентка группы Фкбд - 31

А.Н. Никулин.,

к.ф. - м.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»

Ульяновский государственный технический университет

Г. Ульяновск, Российская Федерация

МОДЕЛЬ РАЗВИТИЕ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Банковская услуга представляет собой деятельность банка, осуществляемая по поручению клиента с целью удовлетворения его потребностей в банковском обслуживании. В связи с кризисными явлениями банки вынуждены искать более привлекательные форматы и месторасположения своих офисов, использовать программы лояльности и задействовать технологии сбора информации о клиентах, что позволило бы точно и адресно доносить предложение до нуждающегося в нем потребителя. Причем кобрендинговые механизмы для этого уже недостаточны. Требуется более глубокая интеграция участников стратегического партнерства – банка и торговой сети – для успешного развития совместного бизнеса.

Рассмотрим две основные бизнес - модели предоставления банковских услуг на базе торговой сети:

Модель №1. Создание ритейлером банка без привлечения партнеров.

Банк, созданный ритейлером, использует клиентскую базу торговой сети, площади торговой сети, участвует в совместных маркетинговых и рекламных акциях. Как правило, такой банк не выходит за пределы целевого рынка, границы которого определяются бизнесом материнской торговой сети. При запуске проекта банк проводит два типа операций – привлекает депозиты и эмитирует кобрендовые платежные карты. По мере развития бизнеса банк начинает предоставлять в магазине полноценную линейку финансовых продуктов, в том числе кредитных. При выходе на новые рынки вслед за развитием сети часто банки, работающие по данной модели, используют форму партнерства с «местными игроками».

Модель № 2. Создание совместного банка силами ритейлера и банка - партнера.

Торговая сеть и банк создают совместное предприятие по предоставлению финансовых услуг – банк, который обслуживает как независимых клиентов, так и клиентов розничной сети. Как правило, банк, созданный в рамках данной модели, предлагает клиентам широкую продуктовую линейку финансовых продуктов и активно участвует в совместных маркетинговых программах с торговой сетью. Основным участником данного партнерства, как правило, остается торговая сеть, которой часто принадлежит 51 % голосующих акций. По сути, торговая сеть платит финансовому партнеру за процессинг операций по кобрендовым платежным картам и за другие услуги, оказываемые банком, в частности такие, как управление кредитными рисками и ликвидностью совместного банка.

Интеграция банковского и торгового бизнеса будет расти. Основываясь на потребительской модели поведения клиентов розничной сети и банков, участники альянсов могут более точно типологизировать своих клиентов и разрабатывать более адресные программы, что позволит с большей эффективностью продавать как банковские услуги, так и продукты торговых ритейлеров. Зарубежный опыт показывает, что эффективность и успех реализации таких проектов будут зависеть от уровня взаимодействия банков и розничных сетей, уникальности предложений и условий для клиентов, а также от правильного выбора целевых групп клиентов.

Модели банковской системы зарубежных стран различают по уровню специализации универсальную и специализированную модели банковской системы. При специализированной модели, которая сложилась в США, Канаде, Японии, банкам до недавнего времени было запрещено одновременно заниматься краткосрочным кредитованием и долгосрочным инвестированием капиталов. Операции с корпоративными ценными бумагами в таких банковских системах производят специализированные инвестиционные банки. Для преодоления указанных ограничений в этих странах активно создаются банковские холдинги, которые осуществляют операции как на кредитном рынке, так и на рынке капиталов.

В странах Европы (например в Германии, Швейцарии) получила развитие универсальная модель банковской системы, допускающая в деятельности банков сочетание краткосрочного кредитования с инвестициями в корпоративные ценные бумаги. Через такие банки в этих странах проходит значительный оборот фондовых ценностей, прежде всего это касается размещения ценных бумаг частных корпораций. Однако это не значит, что универсальные банки подменяют собой фондовую биржу. Традиционная фондовая биржа в этих странах сохраняется. Она носит публично - правовой характер, что обеспечивает равный доступ к биржевым сделкам широкому кругу предпринимателей.

В настоящее время основной моделью организации европейских банков является универсальный банк, осуществляющий все виды банковских операций, включая операции с ценными бумагами. Единство юридических норм и правил не означает унификации банковских организаций с точки зрения их статуса или обслуживаемой ими клиентуры. Универсальная модель банковской системы не исключает наличия в ней специализированных банков. К специализированным банкам относятся ипотечные, инвестиционные, ссудо - сберегательные, банки финансирования жилищного строительства и др. Они обслуживают узкую сферу банковской деятельности с ограниченным набором конкретных операций. Такие банки часто являются высокоэффективными как с точки зрения самого банка, так и всего общественного производства в целом.

Список литературы

1. Федорова Т.А. Экономика / Т.А.Федорова. – М.: БЕК, 2014. – 768 с.

© А.Е. Никушина, Д. С. Дубровина, А. Н. Никулин, 2017

А.Е.Никушина, Д.С.Дубровина,
Студентки группы Фкбд - 31
Научный руководитель
Е.В.Бабкина.,
К.Э.Н. кафедры «Финансы и кредит»
Ульяновский государственный технический университет
Г. Ульяновск, Российская Федерация

СВОЕВРЕМЕННОЕ ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ВЫХОДЕ ИЗ ПРОЕКТА

Если фактическая эффективность инвестиционного портфеля окажется ниже расчетной, то принимают решение о выходе из проекта и определяют формы такого выхода (продажа активов, акционирование и др.). Только после этого подбирают новые высокоэффективные проекты, в которые реинвестируют высвобожденные средства.

Для выхода из проекта необходимо проанализировать причины снижения эффективности реализации проекта, в том числе по показателям: увеличение продолжительности работ, рост цен на основные материалы и комплектующие, повышение стоимости выполнения работ, рост расходов на оплату труда, рост конкуренции, спад экономической активности, возрастание объемов инвестиционных ресурсов, повышение ставки процента за кредит, недостаточно обоснованный выбор подрядчиков для реализации проекта, ужесточение системы налогообложения и др.

Основным критерием для принятия решения по выходу из проекта должен служить ожидаемый уровень доходности в изменившихся условиях его реализации. Продолжать реализацию следует при выполнении следующего условия:

$$\text{Эдпр} > \text{Сдр} + \text{ПР} + \text{ПЛ},$$

где Эдпр – ожидаемая доходность реального проекта в изменившихся условия хреализации;

Сдр – средняя ставка депозитного процента на денежном рынке;

ПР – уровень «премии» за риск, связанный с осуществлением реального инвестирования;

ПЛ – уровень «премии» за ликвидность с учетом прогнозируемого увеличения продолжительности реализации реального проекта.[1,с.23]

Эффективными формами выхода из проекта являются следующие:

- отказ от реализации проекта до начала строительно - монтажных работ (создания опытных образцов изделий);
- продажа частично реализованного проекта в форме объектанезавершенного производства;
- продажа объекта на стадии его эксплуатации;
- привлечение на любой стадии реализации проекта дополнительного паевого постороннего капитала с минимизацией своего паевого участия;
- раздельная продажа основных активов реализуемого проекта.[2,с.25]

Управление инвестиционным портфелем предприятия предполагает одновременно с принятием решения о выходе из реального инвестиционного проекта (или продажи части

финансовых инструментов из портфеля финансовых инвестиций) выработку решения о возможных формах реинвестирования капитала. Если у инвестора имеются новые проекты, то следует отдавать предпочтение им. В противном случае следует в портфель финансовых инвестиций подобрать эффективные финансовые инструменты, а в случае недостаточной проработанности этих решений необходимо инвестировать в краткосрочные сберегательные сертификаты. В этой высоколиквидной и доходной форме высвободившийся капитал всегда готов к обеспечению финансирования новых реальных проектов или финансовых инструментов.

Обоснование управленческих решений о выходе реальных проектов из инвестиционной программы предприятия представляет собой очень ответственный и сложный процесс. Повышенная ответственность принятия таких управленческих решений связана с тем, что они влекут за собой во многих случаях потерю не только ожидаемого инвестиционного дохода, но и части вложенного капитала. Сложность же принятия таких решений состоит в том, что они должны базироваться на глубоком анализе не только текущей конъюнктуры инвестиционного рынка, но и на прогнозе ее дальнейшего развития, так как снижение эффективности отдельных составных элементов инвестиционной программы может носить временный характер.

Список используемой литературы

1. Жданова С.Г. Основы финансовой деятельности / С.Г. Жданова. - М.: Академия, 2016. - 336 с.
2. Каюмова М.А. Планирование на предприятии / М.А. Каюмова. - М.: Норма, 2014. - 322 с.

© А.Е. Никушина, Д.С. Дубровина, Е.В. Бабкина, 2016

УКД 640

А.Е.Никушина, Д.С.Дубровина,

Студентки группы Фкбд - 31

Научный руководитель

Е.В.Бабкина.,

К.Э.Н. кафедры «Финансы и кредит»

Ульяновский государственный технический университет

Г. Ульяновск, Российская Федерация

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСОБЕННОСТИ ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В РФ

Государственное предприятие учреждается органами управления РФ, уполномоченными управлять государственным имуществом. Имущество государственного предприятия и вклад государства в предприятие смешанной формы образуется за счет бюджетных ассигнований или вкладов других государственных предприятий, полученных доходов, других законных источников и находится в собственности РФ. Государственное

предприятие отвечает по своим обязательствам имуществом предприятия. Оно является юридическим лицом, имеет собственное наименование с указанием организационно - правовой формы предприятия.

Разновидностью государственных предприятий являются муниципальные предприятия.

Муниципальные предприятия - по законодательству РФ учреждаются местными Советами или другими органами местного самоуправления.

Имущество муниципального предприятия или органа местного самоуправления в предприятия смешанной формы собственности образуется за счет ассигнований из средств соответствующего местного бюджета или вкладов других муниципальных предприятий, полученных доходов, других законных источников и находится в собственности района, органов местного самоуправления. Муниципальное предприятие, так же как и государственное, является юридическим лицом, имеет собственное наименование с указанием организационно - правовой формы предприятия. По своим обязательствам оно отвечает своим имуществом.

Государственное и муниципальное предприятия учреждаются либо по решению собственника или уполномоченного им органа, либо по решению трудового коллектива. Учредительными документами предприятия являются его устав, решение о его создании или договор учредителей. В уставе предприятия определяются его организационно - правовая форма, название, адрес, органы управления и контроля, порядок распределения прибыли и образования фондов предприятия, условия реорганизации и ликвидации. Устав предприятия утверждается учредителем совместно с трудовым коллективом.

В функционировании государственных предприятий, независимо от их типа и отраслевой принадлежности, имеется ряд особенностей. Прежде всего это огромная инерционность их развития, невосприимчивость к быстроменяющимся условиям среды, а также относительно низкий уровень производительности труда. Это обусловливается, с одной стороны, существовавшей долгое время централизованной системой управления ими, а с другой стороны, высокой степенью отчужденности работников от средств производства, не создающей заинтересованности у работников в лучшем их использовании.

Предприятие самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию, работы, услуги и необходимости обеспечения производственного и социального развития предприятия, повышения личных доходов его работников.[2, с. 111]

Предприятие реализует свою продукцию по ценам и тарифам, установленным самостоятельно или на договорной основе, а в случаях, предусмотренных законодательством РФ, по государственным ценам. Предприятие должно предоставлять государственным органам информацию, необходимую для налогообложения и ведения государственной системы сбора и обработки экономической информации.

Но в данном случае возникает вопрос: а должны ли быть вообще государственные предприятия и в каком объеме? Общественная собственность выражает отношение, свойственное всему обществу, а не отдельному конкретному коллективу. Именно поэтому экономически она является объектом отношений всего общества и представляет собой не что иное, как социальный гарант защиты всего общества. Она должна обеспечивать выполнение интересов, которые затрагивают все общество. Таким коренным интересом

всего общества является создание условий для такого развития производительных сил, которое обеспечивало бы максимальное удовлетворение материальных и духовных потребностей трудящихся в условиях увеличивающегося дефицита факторов производства.[1, с.44]

Мировая практика свидетельствует, что достижение этих условий происходит с помощью проведения государством соответствующей экономической политики (налогообложение, условия кредитования, лицензирование, дотации и т. д.). Фундаментом, на котором строится такая политика, ее материальной основой является наличие государственного сектора в лице государственных предприятий, которые дают возможность государству влиять на динамику и направленность развития рынка важнейших товаров и экономики страны в целом.

Список использованной литературы:

1. Артамонова С.Г. Финансы предприятий РФ / С.Г. Жданова. - М.:Академия,2014. - 236 с.
2. Липова М.А. Основы финансового менеджмента / М.А. Каюмова. - М.: Норма, 2016. - 222 с.

© А.Е. Никушина, Д.С. Дубровина, Е.В. Бабкина, 2016

УДК 338

Т.Б. Оберт

старший преподаватель кафедры экономической теории
и национальной экономики

Саратовский государственный университет им Н.Г.Чернышевского
г. Саратов, Российская Федерация

А.В. Луценко

студентка 3 курса экономического факультета
Саратовского государственного университета им Н.Г. Чернышевского
г. Саратов, Российская Федерация

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ЕГО СПЕЦИФИКА В РОССИИ

Мнения россиян о корпоративной социальной ответственности бизнеса можно посмотреть на сравнительном анализе взглядов россиян на социальные проблемы, в решении которых должен принимать участие крупный российский бизнес, и действительно принимает участие. По данным опроса предпочтительными направлениями участия крупного бизнеса в решении социальных проблем региона (города, области) россияне называют создание новых рабочих мест (65 %), предоставление дополнительного «социального пакета» работникам своих предприятий (33 %), участие в строительстве городских социальных объектов (24 %), благоустройстве городов, поселков (19 %) [1].

Ожидания россиян в отношении таких проблем, как создание новых рабочих мест и улучшение социальных условий на предприятиях существенно (в 3 - 4 раза) расходятся с оценками реального положения дел в соответствующих сферах и областях. И, наоборот, отмечается активная роль бизнеса в таких важных, но неприоритетных для большинства россиян областях социальной работы, как проведение культурных, спортивных мероприятий (20 %), восстановление и строительство религиозных сооружений (12 %). Ожидают же от бизнеса работы в этих направлениях лишь 3 % и 2 % соответственно. Несмотря на актуальность проблем борьбы с наркоманией, беспризорностью, кризисом системы науки и образования, наличием экологических угроз в целом ряде регионов, россияне, тем не менее, не отмечают эти позиции ни в качестве приоритетных для крупного бизнеса, считая, что эти общенациональные проблемы нельзя перекладывать на плечи бизнесменов. На сегодня из существующих моделей взаимодействия власти и бизнеса наиболее перспективной является модель социального партнерства, взятая на вооружение крупными российскими корпорациями такими как ПАО Газпром и Лукойл [2, С.117]

Можно подробнее рассмотреть, то, что осуществляют данные компании. Крупнейшим социально - ориентированным проектом ПАО «Газпром» является программа газификации регионов РФ. В последние годы объем инвестиций «Газпрома» в газификацию российских регионов превысил 146 млрд руб. (без учета средств, выделенных «Газпромом» на строительство газопроводов - отводов и газораспределительных станций (ГРС), являющихся неотъемлемой частью газификации регионов), что позволило ввести в эксплуатацию 1292 объекта газификации [3]. В программе газификации принимают участие 69 субъектов РФ, в том числе регионы Восточной Сибири и Дальнего Востока, где реализуется Восточная газовая программа. Газпром построил множество проектов по строительству объектов на олимпиаде 2014 года в г. Сочи (газопровод, Адлерская ТЭС, лыжно - биатлонный комплекс и т.д.). Также Газпром осуществляет ежегодно социальные проекты по открытию новых спортивных бассейнов и площадок, детских спортивных турниров, спонсирует фестивали музыки, традиционно проводит новогодние благотворительные акции для детей, нуждающихся в социальной поддержке.

В своих отношениях с федеральными, региональными органами власти и органами местного самоуправления компания ПАО «Лукойл» стремится к партнерскому сотрудничеству на благо комплексного социально - экономического развития регионов и создания в них благоприятного делового климата [4]. Учитывая многообразие географических, социально - экономических, демографических и других условий жизни в регионах деятельности организаций Группы "ЛУКОЙЛ", компания стремится к гибкому подходу в изыскании возможностей финансирования, соучастия, разделения ответственности с государством и местным самоуправлением в ходе социально - экономического развития регионов. В этих целях компания использует следующие возможности: доленое участие в социальных программах федерального, регионального и муниципального уровней, касающихся, прежде всего, монопроизводственных (нефтегазовых) поселений, неперспективных районов, регионов с суровыми климатическими условиями. При этом используются экономические методы - размещение заказов местным поставщикам и производителям, согласование объемов поставок топлива и горюче - смазочных материалов, участие в развитии транспортной инфраструктуры путем строительства АЗС; предоставление доступа местного населения к социально - бытовой

инфраструктуре организаций Группы "ЛУКОЙЛ"; осуществление благотворительной деятельности.

Эти компании признают тот факт, что в современном мире социально - ответственное поведение перед лицом работников и общества в целом, в конечном итоге, служит повышению капитализации этих же компаний. В этой связи многие социальные расходы этих компаний рассматриваются как инвестиции в нематериальные активы и стремление соответствовать со временем наивысшим стандартам, строго оцениваемых общественностью, например, осуществляя инвестирование в ценные бумаги и материальное производство. Также эти компании стремятся к тому, чтобы осуществляемые ими инвестиции способствовали повышению социальной защищенности работников; построению более справедливой и устойчивой экономики; сохранению природной среды; уменьшению неравенства населения.

«Лукойл» стремится к необходимой осведомленности и осторожности с тем, чтобы противостоять приумножению и использованию капитала, происходящего от применения принудительного труда, детского труда, распространения наркотиков, причинения ущерба здоровью людей и окружающей среде. Компания выражает убеждение, что социальный аспект приобретает все большее значение для деловой репутации и поддерживает распространение этой тенденции в мире бизнеса. Осознавая, что современные стандарты отношений между бизнесом и обществом требуют от компании ответа за действия своих поставщиков и подрядчиков, компания ответственно подходит к их выбору. Современный масштаб и разветвленность экономических взаимосвязей требуют в этой связи от компании специальной системы учета, отбора и мониторинга, которую компания развивает. При этом в число основных критериев выбора компанией поставщиков и подрядчиков входят соблюдение ими основополагающих принципов и прав в сфере труда, принятых Международной Организацией Труда, а также международного стандарта "Социальная ответственность 8000", а также проведение эффективной политики в области промышленной безопасности и охраны окружающей среды.

Следовательно, если бы большинство российских компаний ввели данные направления в необходимый ценз своей работы в рамках социально - ответственного бизнеса, тогда и экономическая среда в российской экономике улучшилась бы. Однако пока этого не происходит, и мы можем констатировать только поведение нескольких компаний в таких рамках. Остается вопрос о том, что необходимо предпринять, чтобы таких компаний стало больше? Ответ на этот вопрос однозначно дать достаточно сложно. С одной стороны государство может принять участие в решении этого вопроса, а с другой стороны сами компании должны прийти к такому решению как необходимому и обязательному.

Список использованной литературы:

1.Итоговый рейтинг социальной ответственности бизнеса в 2015 году Данные с сайта Региональные комментарии [http:// www.regcomment.ru](http://www.regcomment.ru)

2. Оберт Т.Б. Социальная ответственность бизнеса как показатель конкурентоспособности экономики. Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: сборник статей Международной научно - практической конференции (1 декабря 2016 г., г. Уфа). В 7 ч. Ч.2 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2016. - С.113 - 118.

3.Сайт энергетической компании ПАО Газпром. [http:// www.gazprom.ru](http://www.gazprom.ru)

4. Сайт нефтяной компании ПАО Лукойл. [http:// www.lukoil.ru](http://www.lukoil.ru)

© Оберт Т.Б., Луценко А.В., 2017

ТОРГОВЛЯ КАК ВЕДУЩАЯ ОТРАСЛЬ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: В статье проанализировано развитие торговли Российской Федерации. Проанализирован оборот розничной торговли.

Ключевые слова: розничная торговля, торговля, экономика страны.

Торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров. Исторически процесс развития товарного хозяйства способствовал обособлению сферы обращения и выделению в ней посреднических отраслей – оптовой и розничной торговли. В настоящее время с развитием рыночных отношений, с реализацией экономических реформ, с обеспечением законодательных норм и правил, торговля относится к наиболее прогрессивным видам деятельности, затрагивающим все слои населения.

Вследствие негативных тенденций в экономике страны, сокращение инвестиций, сжатие потребительского спроса - торговля демонстрирует снижение темпов роста. В структуре валовой добавленной стоимости РФ за 2015 год она составила 15,8 % (в 2014 году 16,1 %) [5]; по размеру налоговых поступлений в федеральный бюджет торговля занимает третье место среди основных отраслей экономики после отраслей «добыча полезных ископаемых» и «обрабатывающие производства».

Несмотря на сложности в экономике розничные предприятия продолжают диктовать свою политику не только отдельным производителям и сегментам рынка, но и целым отраслям промышленности, регионам.

В 2015 году в России в сфере торговли работало 1 754,5 тысяч предприятий и организаций, что составляет 34,8 % от общего числа организаций. Бесспорно, она занимает 1 место по количеству предприятий при ранжировании по видам экономической деятельности. На долю розничной торговли пришлось 380,5 тысяч компаний и соответственно 7,5 % в общей численности предприятий [1].

В Российской Федерации, начиная с 2000 года до 2014 года, наблюдается положительная динамика роста в розничном сегменте. Если рассматривать оборот розничной торговли, то по сравнению с 2000 годом, он увеличился в 11,0 раз. В целом за 2014 год оборот розничной торговли по сравнению с 2013 года увеличился в годовом исчислении на 2,7 % и достиг 26 356,2 млрд. рублей. В 2015 году оборот розничной торговли составил 27 575,7 млрд.рублей, что в сопоставимых ценах в % к соответствующему периоду (2014 году) снизился и составил 90 % [6].

Оборот розничной торговли в 2015 году в России на 92,1 % формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 7,9 % (в 2014 году - 91,3 % и 8,7 % соответственно). Статистические данные подтверждают наметившуюся с 2000 года тенденцию снижения удельного веса продажи товаров на вещевых, смешанных и

продовольственных рынках (доля рынков в обороте розничной торговли составляла в 2003 году 23,7 %) [2].

Торговля – это отрасль экономики России, в которой занято наибольшее количество работников. Среднегодовая численность работников торговли в 2015 году составила 12,98 млн. человек [3]. В торговом секторе задействовано 19 % всех работающих граждан РФ. Количество работников торговли с каждым годом увеличивается. По сравнению с 2005 годом, количество работников увеличилось на 17,6 % . По итогам 2015 года средняя зарплата в торговле составила 26947 рублей, что на 5,2 % больше чем в 2014 году, но на 26,3 % меньше средней зарплаты в 2014 году в России [4]. Доля непродовольственных товаров в обороте розничной торговли, являющаяся одним из показателей качества жизни населения, начиная с 2000 года сохраняется примерно на уровне 54 % . В 2014 году она составила 53,0 % , а в 2015 году 51 % [2].

Таким образом, торговля оказывает значительное влияние на развитие производства, поскольку наиболее оперативно реагирует на любые изменения в экономической и политической ситуации в стране.

Список использованной литературы:

- 1 Распределение числа организаций по видам экономической деятельности. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_11/Main.htm
- 2 Распределение оборота розничной торговли по формам торговли по субъектам Российской Федерации. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#
- 3 Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_11/IssWWW.exe/Stg/d01/06-04.htm
- 4 Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности в Российской Федерации за 2000 - 2015гг. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/
- 5 Структура валового внутреннего продукта по видам экономической деятельности: [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/64.htm
- 6 Центральная База Статистических Данных. [Электронный ресурс] Режим <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi>

© Д.А Огнев, 2017

УДК 334

О.Н. Панкова

студентка магистратуры факультета менеджмента
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация

ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

В настоящее время особое внимание во всех компаниях уделяют инновациям и инновационному процессу, отождествляя их с успешностью и стабильным положением на

рынке. Под инновационным процессом в самом общем виде понимают и подразумевают «процесс создания, освоения и распространения инноваций». В данной статье мы бы хотели обратить особое внимание на один из этапов инновационного процесса – коммерциализацию.

Блохина Т.К., Быкова О.Н., Ермолаева в книге «Экономика и управление инновационной организацией» под инновационным процессом понимают процесс преобразования научного знания, то есть от идеи до конечного продукта и его дальнейшего практического использования [1, с. 16]. Они выделяют две большие стадии инновационного процесса:

- 1) Процесс создания нового продукта (или образца), готового к реализации на рынке;
- 2) Процесс коммерциализации на рынке.

Согласно точке зрения данных авторов, коммерциализация – один из этапов инновационного процесса, включающий в себя производство и распространение (диффузию) продукта, которые был ранее придуман.

О.М. Хотяшева в книге «Инновационный менеджмент» дает определение коммерциализации как процесса создания и вывода на рынок товара. Опытный образец запускается в серийное производство, начинает реализовываться комплекс маркетинг - микс, и товар начинает свой жизненный цикл на рынке [2, с. 26]. При этом коммерциализацию автор определяет как седьмой (завершающий) этап создания нового продукта.

Некоторые авторы разделяют коммерциализацию и диффузию новинки на два различных этапа, которые последовательно идут друг за другом после этапа разработки новшества. При этом коммерциализация представляет собой превращение новшества в инновацию посредством выведения на рынок, а диффузия – это процесс масштабного распространения и использования новинки [3, с. 16].

По мнению Дж. Казметского «коммерциализация представляет собой процесс, с помощью которого результаты НИОКР своевременно трансформируются в продукты и услуги на рынке» [4, с. 11]. С нашей точки зрения, в данном случае автором допускается определенная неточность, связанная с возможностью разрыва между двумя обозначенными в определении этапами инновационного процесса: получением результатов НИОКР и их трансформацией в рыночные продукты. Отсутствуют в приведенном определении и указания на то, какой момент коммерциализации следует считать своевременным.

По мнению Я.Н. Грика и Е.А. Монастырного коммерциализация инновационной идеи представляет получение дохода от ее продажи или использования в собственном производстве [5, с. 85 - 87] при этом ее успешность возможна лишь в том случае, если затраты на реализацию проекта необходимы и достаточны.

Зарубежные авторы часто рассматривают запуск нового продукта под призмой NPD (New Product Development) модели, выделяя внутри этого процесса также 7 стадий, где коммерциализация является последним и часто называется пост - NPD. Коммерциализация предполагает: запуск продукта, производство и размещение рекламы и акций продвижения, наполнение товаром маркетингового канала, корректировка цены, оценка влияния нового продукта на весь портфель продуктов компании, прогнозирование на период объемов производства, дохода и прибыли.

Необходимо также отметить, что коммерциализация инноваций подразумевает не только процесс разработки и продвижения нового продукта. Доминирование такого

«технического» подхода часто обусловлено ориентацией инновационной деятельности исходя из возможностей предприятия, а не из подробностей рынка. Таким образом, такой подход не гарантирует успеха на рынке и противоречит постулатам маркетинга. Питер Дойль писал об этом следующее: «Многие менеджеры путают изобретения и инновации. Изобретение – это новый товар, инновации – новые выгоды для потребителей. Значительная часть изобретений никогда не находит прибыльных рынков, так как покупатели не рассматривают их как выгодные в плане повышения результатов своей деятельности или обогащения жизненного опыта».

Гораздо больше шансов на успех имеет «рыночный» взгляд на процесс коммерциализации рыночных инноваций, который характеризует его, как новый вид маркетинговой деятельности, обусловленный, прежде всего, потребностями рынка. В результате «рыночной» коммерциализации часто происходит процесс трансформации сложившейся структуры рынка в новую, проникновение рынка в те сферы, где ранее не было коммерческого интереса, проникновением в смежные отрасли и так далее.

Таким образом, коммерциализация рыночных инноваций с точки зрения современного маркетинга предстает самостоятельной сферой маркетинговой деятельности компании и проявляет себя как особая функция маркетинга, направленная на разработку и продвижение востребованных рынком инноваций и означает интеграцию его базовых функций (аналитической, продуктово - производственной, сбытовой, управления, коммуникаций и контроля).

С нашей точки зрения правильно рассматривать коммерциализацию с точки зрения рыночного подхода. По нашему мнению, она является завершающим этапом разработки нового продукта, который включает в себя производство продукта и его диффузию. Под диффузией следует понимать процесс распространения новинки на рынок, то есть тот момент, когда идея уже превращена в продукт и готова к полноценному выпуску.

Список используемой литературы:

1. Т. К. Блохина, О. Н. Быкова, Т. К. Ермолаева Экономика и управление инновационной организацией: учебник для бакалавров и магистров, 2013. – с. 16
2. О. Хотяшева, М. Слесарев «Инновационный менеджмент. Учебник и практикум», 2016. – с. 26
3. Л. Абзалилова, Е. Готлиб, Д. Исхакова, Г. Нугуманова Введение в инноватику. Часть 1, 2016. – с. 16
4. Казметский Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций. – М.: АНХ, 1999. – с. 11.
5. Грик Я. Н., Монастырский Е. А. Ресурсный подход к построению бизнес - процессов и коммерциализации разработок // Инновации. – 2004. - № 7. – с. 85 - 87
6. NPD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_n/npd/ (дата обращения: 16.10.2016)

© О.Н. Панкова, 2017

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ МУНИЦИПАЛЬНО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Под муниципально - частным партнерством понимается совокупность форм и механизмов взаимовыгодного взаимодействия между органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами, с целью реализации общественно значимых проектов на территории муниципального образования.

По своему смыслу и юридическому содержанию муниципально - частное партнерство ничем не отличается от государственно - частного партнерства, кроме масштабов проектов. Государство, как правило, участвует в реализации крупных проектов государственно - частного партнерства, целью которого является развитие отдельных отраслей народного хозяйства или регионов. Муниципалитеты могут быть заинтересованы в менее масштабных проектах, а иногда и совсем в небольших. Такие различия между ними не изменяют принципов подготовки, функционирования и реализации проектов, но изменяют, определяют выбор тех или иных форм и моделей.

Государство, будучи заинтересовано в крупных проектах государственно - частного партнерства, тем или иным способом, при реализации данных проектов не всегда может обойтись без взаимодействия с органами местного самоуправления. Такое поведение связано с тем, что в процессе подготовки и реализации таких проектов требуется согласование с органами местного самоуправления. Примерами могут выступать составление территориального планирования, отвод земельных участков, выдача разрешений на строительство и другие вопросы, находящиеся в компетенции органов местного самоуправления. Поэтому при реализации проектов государственно - частного партнерства взаимодействие между органами государственной власти и органами местного самоуправления происходит почти всегда [2].

Третье обстоятельство связано с тем, что органы местного самоуправления, как правило, имеют большую мотивацию для привлечения инвестиций на территорию муниципального образования, но более того гораздо меньшие возможности для мотивации бизнес партнеров. Очевидно, что органам местного самоуправления необходимо выстраивать определенную политику по привлечению инвестиций в отношении органов государственной власти субъекта Федерации, но и в отношении бизнеса в том числе.

Муниципально - частное партнерство может осуществляться только при наличии взаимной выгоды партнеров. Наличие выгоды у обеих сторон является необходимым условием партнерских отношений. Во всяком случае, выгода для участников такого партнерства имеет разные и зачастую противоположные основания. Благодаря этому, чтобы правильно сформулировать условия муниципально - частного партнерства, необходимо хорошо понимать природу выгоды для органов публичной власти и природу выгоды для бизнеса. В свою очередь значимо, чтобы обе стороны явно понимали и свои выгоды, и выгоды своего партнера.

Вместе с выгодой любая хозяйственная деятельность несет в себе также и риски различного рода потерь, начиная с различных ресурсов и заканчивая репутацией.

Для муниципалитетов потенциальные выгоды муниципально - частного партнерства в первую очередь состоят в привлечении частных инвестиций для социально - экономического развития определенной территории, цель которого состоит в дальнейшем более эффективном использовании собственных финансовых ресурсов. Большую важность имеет сокращение сроков реализации проектов, в том числе сокращение собственных издержек, повышение качества муниципальных услуг, снижение стоимости муниципальных услуг, кроме всего прочего привлечение ранее недоступных технологий, квалифицированных трудовых ресурсов, а так же возникновение мультипликативного эффекта.

Впрочем, нельзя полагать, что приведенные выше выгоды возникают сами по себе и в безоговорочном порядке сопутствуют партнерским соглашениям. Эти выгоды необходимо еще уметь увидеть, уметь убедить в них лиц, принимающих решения, уметь извлечь и уметь защитить. В сфере муниципально - частного партнерства существует множество примеров, когда, как казалось, очевидные выгоды не были реализованы, в результате либо возникли убытки, либо проекты были закрыты.

Для бизнеса потенциальные выгоды состоят в высоких гарантиях достижения расчетных уровней рентабельности, возврата инвестиций, получения запланированной прибыли, получение определенных льгот, обусловленных партнерскими соглашениями, которые могут позволить снизить издержки и повысить экономическую эффективность хозяйственной деятельности, в том числе в наличии гарантированных потребителей или гарантированного рынка сбыта. Весомое значение имеет гарантированное финансирование, если проект предполагает частичное финансирование со стороны муниципалитета, в том числе более высокая доступность кредитных ресурсов, под гарантии партнера, а так же высоковероятные расчетные доходы в период действия партнерского соглашения. Большую важность имеет возможность заключения соглашений с солидарной ответственностью по некоторым рискам, получение некоторых конкурентных преимуществ за счет наличия долговременных стабильных доходов, кроме всего прочего конкурентных репутационных преимуществ за счет участия в проектах, имеющих важное общественное значение [2].

Зачастую, инициатором муниципально - частного партнерства являются органы власти. Очевидно, что задача сформировать выгодные условия для партнеров остается за инициаторами партнерства. При этом ещё на этапе предложений требуется заранее сформулировать баланс интересов партнеров, в противном случае бизнес просто не обратит внимание на эти предложения.

Потенциальные выгоды для обеих сторон несут также и потенциальные риски, зачастую являющиеся оборотной стороной потенциальной выгоды.

Для муниципалитетов потенциальные риски муниципально - частного партнерства состоят в необходимости дополнительного финансирования (если это предусмотрено соглашением) со стороны муниципалитета, в случае ошибочных экономических обоснований проекта или в результате изменения рыночной конъюнктуры, в частности задержка реализации проекта вплоть до полного отказа от него. Весомое значение имеет затягивание сроков реализации проектов исполнителем. Особое внимание имеет снижение качества муниципальных услуг в результате недобросовестности или низкой подготовленности партнера, а также репутационные потери в случае провала проекта или не достижения его целей.

Потенциальные риски для бизнеса состоят в изменении условий деятельности в рамках партнерского соглашения (изменения правового регулирования, изменения приоритетов органов публичной власти и т.п.), в том числе изменение потребительских предпочтений,

изменение конъюнктуры рынка при невозможности изменить условия партнерского соглашения. Существенное значение имеет невозможность достижения расчетных уровней рентабельности или снижение этого уровня в результате действия различных политических и экономических факторов. Вероятнее всего потенциальными рисками выступают снижение уровня предусмотренного финансирования со стороны муниципалитета в результате действия различных политических факторов, падение расчетных доходов в период действия партнерского соглашения, невыполнение соглашений о солидарной ответственности. А так же репутационные потери в случае провала проекта или не достижения его целей.

Таким образом, для осуществления крупных проектов муниципалитеты не могут накапливать средства, осуществлять инвестиции за счет кредитов или иных заимствований.

Преодолеть риски общественного недоверия к проектам муниципально - частного партнерства и поставить барьеры коррупции можно обеспечивая открытость и публичное обсуждение проектов на самых ранних стадиях рассмотрения проектов с привлечением широких кругов общественности, СМИ, представителей частного бизнеса. Проекты муниципально - частного партнерства должны проходить не только финансово - экономическую, но и общественную экспертизу.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон от 13.07.2015 N 224 - ФЗ "О государственно - частном партнерстве, муниципально - частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" // "Собрание законодательства РФ", 2015, N 29, ст. 4350.

2. Варнавский В. Г., Клименко А. В., Королев В. А. Государственно - частное партнерство: теория и практика. - М: «ГУ - ВШЭ» 2010.

© А.А. Паршинцева, 2017

УДК 339.13

Н. Ю. Петькова

Студентка 4 курса

направление Торговое дело, профиль Маркетинг в торговле

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Научный руководитель: Я. В. Ситникова

к.э.н., доцент кафедры Маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск, РФ

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСА ИНДЕЙКИ В РФ

Аннотация

В статье рассматриваются тенденции развития рынка мяса индейки в РФ. Стратегия импортозамещения, проводимая Правительством РФ, предполагает дальнейшее развитие отечественной отрасли птицеводства по всем направлениям, включая индейководство. Одним из прибыльных направлений для бизнеса является выращивание и реализация подороженного молодняка индеек. Исследование, представленное в данной статье,

проводится с целью выявления ключевых факторов успеха для Птицеконцентра, строящегося на территории Новосибирской области.

Ключевые слова

Рынок мяса индейки, импортозамещение, тенденции развития рынка индюшатины, 4 - Р анализ, анализ макро - и микро - среды маркетинга.

Рынок мяса индейки в России стал активно развиваться с 2005 года. Но уровень потребления «индюшатины» в стране очень низкий по сравнению с другими странами. В среднем, на человека в год приходится 900 - 1000 г мяса этой птицы, в Израиле этот показатель равен 15 кг, в США – 9 кг, в Великобритании – 7 кг. В декабре 2008 года прошло совещание о производстве мяса индеек в России, на котором принято решение о разработке программы развития индейководства и утверждении ее на правительственном уровне. В 2010 г. 72 % рыночных ресурсов мяса птицы обеспечивалось отечественным производством и 28 % – поставками по импорту.

В минувшем 2016 году основными производителями мяса индейки остаётся США. На российских производителей пришлось всего два процента мирового объема экспорта мяса индейки. Доля импорта «индюшатины» в России составила 9 процентов. Правительство проводит работу по полному импортозамещению за счет снижения квот и увеличения пошлин. В прошлом году наблюдался рост рынка мяса индейки в размере 20,5 % . Текущая структура потребления мяса в России сопоставима со структурой потребления в Канаде. В обеих странах основные виды мяса - говядина, свинина, мясо кур - бройлеров - потребляются в пропорциональных объемах по 30 - 33 % . Поэтому, для расчета потенциала роста российского потребления мяса индейки, можно воспользоваться канадской моделью потребления этой продукции. При условии увеличения доходов горожан, потребление индейки будет составлять 2 кг в год на душу населения.

Основной тенденцией последних лет был активный рост производства полуфабрикатов из индейки и расширение фабриками их ассортимента. Выпуск большего, чем раньше, числа продуктов — перспективная стратегия. Как показывает опыт бройлерных предприятий, рост ассортимента происходит не столько за счет объемов, сколько благодаря выводу на рынок новых видов разделки и глубокой переработки.

Минсельхоз России рассматривает индейководство, как одно из перспективных направлений, обеспечивающих прирост объемов производства мяса птицы и расширение его ассортимента. Как говорится в программе «Развитие птицеводства в Российской Федерации», индейка как самая крупная из домашних птиц идеально подходит для глубокой переработки мяса (до 60 видов основных изделий, не считая разнообразия по видам упаковки и массе).

Доля покупателей мяса индейки составила порядка 70 % от общей численности населения Новосибирска. Такой высокий показатель может быть обусловлен тем, что, согласно результатам опросов, от традиционной курицы потребители стали уставать, поэтому возрастает потребление других видов мяса птицы - индейки, утки. Таким образом, несмотря на то, что индейка не является традиционным для россиян продуктом, в рейтинге предпочтений мясной продукции покупатели поставили ее на 3 - е место после мяса курицы и говядины.

Для анализа возможностей компании, планирующей производить мясо индейки, на рынке был проведен 4P – анализ. Результаты анализа получены следующие:

1. Product - продукция из мяса индейки будет реализовываться в замороженном виде - 20 % от общего объема и в охлажденном виде - 80 % . Данное соотношение между замороженной и охлажденной продукцией позволит Птицекомплексу предложить конечным потребителям практически ежедневно большие объемы наиболее востребованной продукции - охлажденной продукции. Возможность поставлять на рынок сбыта охлажденное мясо индейки в достаточных объемах является ярко выраженным конкурентным преимуществом.

2. Placement - основные места розничных продаж мяса индейки зависят от предпочтений конечного потребителя. Большинство респондентов - около 50 % - покупают индейку на рынке. Второе и третье места по популярности занимают супермаркеты и магазины у дома. С ростом дохода уменьшается количество тех, кто покупает индейку на рынке, а доля потребителей, предпочитающего делать покупки в супермаркетах, в целом возрастает. Максимальные объемы продукции - 49 % - реализуются через оптовые рынки, минимальные - 22 % - через магазины у дома. На долю супермаркетов приходится 29 % объема продаж индейки. В ходе своей работы Торговый дом Птицекомплекса формирует заказы на мясо индейки и продукцию глубокой переработки еженедельно в соответствии с имеющимися заказами торговых сетей. Эти заказы в установленном порядке передаются в убойный цех и цех глубокой переработки. Данный алгоритм действий позволяет организовать качественную работу убойного цеха и холодильно - складских мощностей. Создание собственной сети региональных дилеров в регионах России позволит продукции Птицекомплекса найти наиболее широкое распространение в торгово - проводящих сетях.

3. Promotion - результаты опроса покупателей демонстрируют низкий уровень известности производителей и узнаваемости продукта - респонденты затруднились назвать торговые марки или вспомнить цвет упаковки. Птицефабрике и Холдингу необходимо создание собственных брендов, гарантирующих безопасность и качество продукции, так как готовность потребителей приобретать брендированную продукцию от заслуживающих доверие производителей высока.

4. Price – Цена на продукцию «ИНД - Сибирь» формируется с учетом следующих факторов: себестоимость, спрос на товар, цены конкурентов на аналогичный товар или товары - заменители, сложность нарезки и упаковки, белое или красное мясо (цена на белое будет выше), уникальные достоинства товара. Влияние этих факторов характеризует смешанный метод ценообразования. По результатам исследований была получена следующая информация:

- потенциальные покупатели готовы переплачивать как минимум в 2 раза больше за продукцию из индейки, чем за курицу.

- цена на натуральные полуфабрикаты из мяса индейки может быть в 2 раза выше, чем цена на охлажденную тушку.

Уровень доходов населения является важнейшим фактором, оказывающим влияние на формирование целевых аудиторий основных ценовых сегментов рынка индейки, следовательно ценообразование на охлажденное мясо индейки должно быть из расчета, что потребителями будут люди со средним уровнем дохода выше 20 тыс. руб. / мес., а на замороженное – с ориентацией на потребителей с уровнем дохода 5 - 10 тыс. руб. / мес.

Микросреда фирмы представлена следующими факторами:

1. Поставщиками - для реализации проекта проведены переговоры и согласованы основные условия выполнения работ с проектировщиками и поставщиками оборудования - компанией M.A.D. (Израиль).

2. Клиентурой - продукция, предназначенная для конечных потребителей, будет поставляться на рынки и в торговые сети, расположенные преимущественно на территории СФО, Республики Казахстан, а в перспективе и на экспорт в страны ближнего и дальнего зарубежья. Для более детального изучения потенциальных потребителей мяса индейки необходима сегментация новосибирцев. Модель макросегментации представляет собой сочетание следующих критериев: продукт (технология), потребительские свойства (функции) и потребительские группы (клиенты).

Составляющие для каждой группы критериев:

- продукт: сосиски, филе грудки, запеченная грудинка, голень индейки, ветчина, крыло индейки, сардельки, фарш, салями.
- потребительские свойства: широкий ассортимент, натуральный продукт, высокое качество, вкус, диетический продукт.

По уровню дохода новосибирцев можно разделить на 8 групп. По показателю «доход» интересующая ООО «ИНД - Сибирь» группа составляет 55 % всего населения Новосибирска. Компания выбирает в качестве целевой группы население с доходом от 5 тыс. рублей на человека в семье.

3. Конкурентами - крупнейших отечественных производителей мяса индейки по технологическому циклу производства можно разделить на три группы:

- птицефабрики, которые имеют свой инкубатор и закупают только яйцо: ООО "Башкирский птицеводческий комплекс имени М. Гафури", ООО "Егорьевская птицефабрика", ЗАО "Краснобор";
- компании, которые покупают суточных индюшат: ЗАО "Птицефабрика "Задонская", ООО "АГРОФИРМА "ГЕРЦЕВСКАЯ", ООО "Птицефабрика "ИНДЮШКИНО" (п / ф "Сибирская губерния" до 2009 года);
- компании, которые имеют собственное родительское стадо (замкнутый цикл): ООО "Евродон".

В целом розничный рынок мяса индейки в настоящее время характеризуется низким уровнем конкуренции между российскими производителями. Российская индейка относится к высокоценовому сегменту и сегменту "премиум". В среднеценовом и низкоценовом сегментах охлажденный продукт российского производства не представлен. Рынок имеет потенциал роста за счет увеличения числа покупателей и уровня знания продукта. В числе условий роста потребления индейки покупатели назвали снижение цены и увеличение представленности этой продукции в рознице.

Основные факторы макросреды:

- Политико - правовые - проект полностью соответствует государственной целевой программе «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 - 2012 гг, действия которой продолжается и сегодня.
- Экономические - реализация инвестиционного проекта даст положительный эффект для экономики Новосибирской области в целом: на производстве будут созданы

дополнительные рабочие места и улучшены условия труда людей, работающих в сельском хозяйстве.

– Социокультурные - в 2016 году показатель среднемесячной номинальной начисленной заработной платы за январь - сентябрь составил 22 540 руб. с темпом прироста почти 16 % в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года, следовательно, покупательская способность растет, а значит, будет расти и спрос на мясо индейки. В регионе предоставление населению высшего образования осуществляется 47 - ю вузами. В Новосибирском Академгородке расположены десятки научно - исследовательских институтов. Недалеко от Новосибирска, в наукограде Кольцово находится Государственный научный центр вирусологии и биотехнологии «Вектор». В поселке Краснообск расположено Сибирское отделение Российской академии сельскохозяйственных наук.

– Технологические - проект предполагает использование европейских и мировых стандартов, инноваций, современных технологий и оборудования на всех этапах производственного цикла. Минимизация производственных рисков будет достигнута за счёт обособления объектов, использования передовых технологий и наиболее эффективных производственных схем, которые уже имеют аналоги и опробованны на территории России.

Реализация проекта окажет существенное влияние на общий инвестиционный климат и инвестиционную привлекательность Кольванского района в частности, будет способствовать развитию смежных отраслей: земледелие, пищевая промышленность, транспорт, торговля, сфера обслуживания и т.п.

Особую значимость предлагаемый проект имеет в связи с принятием на государственном уровне решений по импортозамещению. Таким образом, рынок мяса индейки растёт и имеет потенциал для дальнейшего роста. По мнению специалистов, для дальнейшего развития птицеводства в Сибирском регионе требуется повышение эффективности производства качественной продукции за счет использования более новой и современной техники, кормов и других научных разработок.

Список использованной литературы

1. Карицкая И.М., Шадрин Л.Ю. Клиентоориентированность организаций сферы услуг: проблемы и способы решения // Инновационное развитие. 2017. № 1 (6). С. 52 - 54.
2. Ситникова Я. В. Концептуальный подход к управлению рисками субъектов хозяйственной деятельности в современных условиях развития // Вестник НГУЭУ. 2012. Т. 2. № 4. С. 154 - 161.
3. Ситникова Я. В. Рискоустойчивость хозяйственной системы: теоретический аспект // Современное общество, образование и наука, сборник научных трудов по материалам Международной научно - практической конференции: в 16 частях. – 2015. - С.126 - 129.
4. Ситникова Я. В. Исследование рисков торговой деятельности. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Сибирский университет потребительской кооперации, Новосибирск, 1999.
5. Ситникова Я. В., Половова Т. А. Методические основы управления результативностью деятельности предприятий в условиях неопределенности и риска /

Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2011. № 11 (85). С. 119 - 122.

6. Ситникова Я.В., Надгребельная В.С. Конкурентоспособность предприятия на международном рынке и вызовы современной экономики // В сборнике: СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А.А.. 2015. С. 144 - 148.

7. Титова Н.А., Колочева В.В. Разработка стратегии позиционирования нового продукта // Практический маркетинг. 2017. № 4 (242). С. 25 - 31.

8. Дж. Бернет, С. Мориарти «Маркетинговые коммуникации. Интеграционный подход» - СПб.: «Питер», 2014г. - С. 358 –552.

9. Устав ООО «ИНД - Сибирь»

© Н. Ю. Петькова, 2017

УДК 336.741.241.1

Е.Д. Пимкина, К.В. Скаблова

студентки 3 курса

Калужского государственного
университета им. К.Э. Циолковского

г. Калуга, Российская Федерация

Научный руководитель

О.М. Петрушина

Зав. кафедрой таможенного дела, к. э. н., доцент

Калужский государственный
университет им. К.Э. Циолковского

г. Калуга, Российская Федерация

АДМИНИСТРИРОВАНИЕ ФТС РОССИИ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

На таможенные органы Российской Федерации возложено решение множества задач, важнейшей из которых является формирование доходной части федерального бюджета посредством взимания таможенных платежей.

Таможенные платежи – это обязательные платежи, взимаемые таможенными органами в связи с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза. В ч. 1 ст. 70 ТК ТС содержатся виды таможенных платежей, к которым относятся ввозная таможенная пошлина, вывозная таможенная пошлина, налог на добавленную стоимость, акциз, таможенные сборы.[1] Кроме таможенных платежей существуют иные виды доходов, взимание которых возложено на таможенные органы. К ним относятся: штрафы за нарушение таможенного законодательства; пени за нарушение сроков уплаты таможенных платежей; проценты за отсрочку или рассрочку по уплате таможенных платежей; доходы от реализации товаров, обращенных в федеральную собственность.

В условиях непростой политической и экономической обстановки, обусловленной вхождением полуострова Крым в состав Российской Федерации, введением экономических санкций, таможенные органы показали готовность успешно выполнять задачи, поставленные Президентом Российской Федерации и Правительством Российской Федерации.[2]

По итогам 2016 года сумма доходов федерального бюджета, администрируемых таможенными органами, составила 4406,9 млрд. рублей. Задание по формированию доходов федерального бюджета выполнено на 101,1 % .

Таблица 1 – Динамика таможенных платежей, перечисленных в доходную часть федерального бюджета РФ, млрд. рублей

Таможенные платежи	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 в % к	
				2014 г.	2015 г.
НДС	1631	1643,5	1762,8	108,1	107,3
Ввозная таможенная пошлина	568,1	484,2	489,8	86,2	101,2
Вывозная таможенная пошлина	4637,1	2780,4	2054,1	44,3	73,9
Акцизы	60,1	41	58,8	97,8	143,4
Таможенные сборы	16,4	16	16,9	103	105,6
Прочие	187,9	43,1	24,5	13,04	56,84
Итого:	7100,6	5008,2	4406,9	62,06	87,9

Источник: www.customs.ru

По данным таблицы 1 видно, что сумма таможенных платежей за анализируемый период значительно сократилась. Так в 2016 году их сумма составила 4406,9, что на 12,01 % меньше по сравнению с 2015 годом и на 37,94 % по сравнению с 2014 годом. На снижение поступлений суммы таможенных платежей существенное влияние оказало сокращение поступлений от вывозной таможенной пошлины и таможенных сборов. В отчетном году поступление от вывозной таможенной пошлины составили 2054,1, что на 26,1 % меньше по сравнению с базисным годом и на 55,7 % по сравнению с прошлым годом. На снижение поступлений от вывозной таможенной пошлины оказало влияние сокращение объёма экспортируемой продукции, что связано с проведением санкционной политики в отношении России со стороны стран Запада.

Несмотря на общее снижение суммы таможенных платежей в анализируемом периоде наблюдается увеличение поступлений от НДС и акциза. В 2016 году увеличение НДС по сравнению с 2015 годом составило 7,3 % , а по сравнению с 2014 годом – 8,1 % . Увеличение поступлений от акциза по отношению к 2015 году составило 43,4 % , а по отношению к 2014 году прослеживается снижение на 2,2 % .

Поскольку, таможенные платежи составляют весомую часть бюджета Российской Федерации, поэтому таможенные органы должны следить за полным исполнением их уплаты для того, чтобы снизить риски ухода участников ВЭД от уплаты таможенных платежей. Одной из наиболее распространенных схем уклонения от уплаты таможенных платежей является занижение таможенной стоимости товаров. Занижение таможенной стоимости приносит огромные потери федеральному бюджету. Таможенными органами

проводится колоссальная работа по выявлению нарушителей таможенного законодательства.

Таможенными органами в рамках системы управления рисками реализованы практически механизмы по обеспечению выявления рисков нарушения таможенного законодательства, включая выявление и пресечение правонарушений на различных стадиях совершения таможенных операций как до, так и после выпуска товаров. Это позволяет минимизировать риски, непосредственно влияющие на полноту взимания платежей в федеральный бюджет.

Таблица 2 – Динамика показателей таможенного контроля за поступлением таможенных платежей в бюджет РФ

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. в % к	
				2014 г.	2015 г.
В результате применения СУР взыскано, млрд. рублей	15,9	18	24	150,94	133,33
Возбуждено дел об АП, шт.	29472	3497	33518	113,73	9,59
Возбуждено уголовных дел, шт.	736	226	606	82,34	268,14
В результате осуществления контроля таможенной стоимости взыскано, млрд. рублей	23,4	19,5	25,1	107,26	128,72
В результате таможенного контроля после выпуска товаров взыскано, млрд. рублей	2,9	3,8	4,3	148,28	113,16
Во взаимодействии с контролирующими и правоохранительными органами взыскано, млн. рублей	170,4	345	746	437,79	216,23

Источник: www.customs.ru

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что в результате применения СУР таможенными органами в 2016 году дополнительно взыскано более 24 млрд. рублей, что на 33,3 % больше, чем в 2015 году (более 18 млрд. рублей), и на 50,9 % больше чем в 2014 году (15,9 млрд. рублей) возбуждено 33 518 дел об административных правонарушениях (далее – дела об АП) и 606 уголовных дел, принято 31 190 решений об отказе в выпуске товаров и 11 281 решение о запрете к ввозу / вывозу товаров.

В дальнейшем необходимо создать условия для увеличения поступления таможенных платежей, что, несомненно, отразится на общем состоянии таможенного регулирования, поскольку таможенные платежи, выполняя возложенные на них функции, способствуют развитию и защите экономических интересов страны.

Список использованной литературы:

1. Таможенный кодекс Таможенного союза (ред. от 08.05.2015) (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 №17) [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.consultant.ru;

2. О.М. Петрушина, Н.А. Терехина. Анализ поступления таможенных платежей в бюджет России в 2014 - 2016гг. // Новая наука: проблемы и перспективы: международное научное периодическое издание по итогам Международной научно - практической конференции (Пермь, 26 апреля 2017). / - Стерлитамак: АМИ, 2017. - №4 - 3 - 1. – с. 171 - 173

3. www.customs.ru – Официальный сайт Федеральной таможенной службы России
© Е.Д. Пимкина, К.В. Скаблова, 2017

УДК 658.15

Е.П. Пичугина

студентка 3 курса факультета КЭиП, НГУЭУ
Г. Новосибирск, Российская Федерация

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ОСТАТКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ ЗА 2011 - 2015 ГОД

Эффективное управление денежными потоками организаций является предпосылкой обеспечения их текущей платежеспособности, т.е. способности погашать краткосрочные обязательства, требующие немедленного погашения, денежными средствами [2, с.68].

Уровнем платежеспособности предприятия может выступать сопоставление величины денежных средств с текущими обязательствами предприятия, также необходимо учитывать необходимость приобретения текущих ресурсов [6, с.14].

Целью данного исследования является определение степени влияния размеров денежных остатков организации на уровень её платежеспособности. В рамках этого анализа были взяты совокупности организаций с базы данных «Скрин» по отрасли сельского хозяйства за период с 2011 по 2015 год.

Расчеты были сделаны в виде следующих таблиц (таблица 1 и таблица 2). По другим года и группам анализ был проведен по аналогии.

По результатам анализа денежных потоков организаций за 2011 - 2015 гг. были выявлены организации с наличием денежных остатков в активах, а также организации с нулевыми денежными остатками. При этом удельный вес организаций с нулевыми денежными остатками в общем количестве исследуемых организаций в 2011 - 2012 гг. был незначительным, а именно 8,1 % и 7 % , в 2013 - 2015 гг. – 13 % , 16,6 % , 18,5 % ; данный факт позволяет судить об актуальности вопроса управления денежными остатками организаций.

Таблица 1 – Анализ формирования денежных остатков организаций отрасли «Сельское хозяйство» РФ за 2015 год

Показатели	2015 год				
	Денежные остатки, руб.				
	0	[0; 100000)	[100000; 1000000)	[1000000; 10000000)	свыше 10000000
Общее количество исследуемых организаций	215	312	260	265	108

Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций, %	18,53	26,90	22,41	22,84	9,31
Удельный вес денежных остатков в активах организации, %					
- мин	-	0,000047	0,006018	0,016146	0,199595
- медиана	-	0,041615	0,362440	1,572441	5,568354
- макс	-	100,0000	100,0000	95,3814	84,3641
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с удельным весом денежных остатков в активах организации менее 1 %, %	-	91,67	69,62	38,11	8,33
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности, %	8,84	32,37	41,54	55,85	76,85
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с нулевым сальдо денежных потоков по текущей деятельности, %	78,60	39,42	31,54	23,77	11,11
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности, %	12,56	28,21	26,92	20,38	12,04

Исследуемые организации условно были разделены на пять групп: организации с нулевыми денежными остатками – группа 1, организации с денежными остатками в интервале [0; 100000) ден.ед. – группа 2, организации с денежными остатками в интервале [100000; 1000000) ден.ед. – группа 3, организации с денежными остатками в интервале

[1000000; 10000000) ден.ед. – группа 4, организации с денежными остатками в интервале свыше 10000000 ден.ед. – группа 5.

Таблица 2 – Анализ формирования денежных остатков организаций отрасли «Сельское хозяйство» РФ за 2015 г (группа 2)

Показатели	Подгруппы организаций		
	Сальдо ДПтек > 0	Сальдо ДПтек = 0	Сальдо ДПтек < 0
Общее количество исследуемых организаций группы 2	101	123	88
Удельный вес инвестиционно - активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы, %	52,48	3,25	27,27
Удельный вес инвестиционно - активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением оттока денежных средств по инвестиционной деятельности к общей величине оттока денежных средств свыше 0,1 (10 %), %	26,73	0,81	10,23
Удельный вес организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением краткосрочных обязательств к активам свыше 0,1 (10 %), %	67,33	54,47	50,00
Удельный вес организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с кассовыми разрывами в денежных потоках, %	37,62	46,34	31,82

Организации с денежными остатками в интервале [0; 100000) ден.ед. рассматриваются как организации с наименьшим значением денежных остатков. Организации с денежными остатками свыше 10000000 ден.ед. рассматриваются как организации с наибольшим значением денежных остатков. О наименьшем и наибольшем значении денежных остатков свидетельствует не только их абсолютное значение, но также и удельный вес денежных остатков в активах организации. На протяжении 2011 - 2015 гг. ежегодно наименьшее значение и значение медианы удельного веса денежных остатков в активах возрастает от группы с наименьшими денежными остатками к группе в наибольших денежными

остатками. Кроме того, на протяжении 2011 - 2015 гг. ежегодно удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с удельным весом денежных остатков в активах менее 1 % снижается от группы с наименьшими денежными остатками к группе в наибольших денежных остатками.

Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности ежегодно на протяжении 2011 - 2015 гг. нарастает с ростом абсолютной величины денежных остатков организаций. При этом, удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с нулевым или отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности с ростом абсолютной величины денежных остатков организаций уменьшается. Данный факт позволяет сделать предположение о том, что причиной формирования наименьшей или наибольшей величины денежных остатков организаций является соответственно нулевое / дефицитное или положительное сальдо денежных потоков по текущей деятельности организаций.

По результатам анализа организаций **первой группы** за 2011 - 2015 гг. был выявлен факт высокого удельного веса организаций с нулевым сальдо денежных потоков по текущей деятельности, а именно свыше 70 %, кроме 2012 года – в этом году удельный вес таких организаций составил 43,14 %. Организации первой группы характеризуются также нулевыми сальдо денежных потоков и по инвестиционной деятельности, и по финансовой деятельности, что свидетельствует об отсутствии движения денежных средств организаций. Кроме того, организации первой группы имеют высокий удельный вес краткосрочных обязательств в своих активах. Таким образом, в целом организации первой группы можно охарактеризовать как организации с крайне низким уровнем платежеспособности.

По результатам анализа организаций **второй и третьей групп** в числе организаций с отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности были выявлены инвестиционно - активные организации, удельный вес которых был существенным и изменялся в течение 2011 - 2015 гг. от 16,09 % до 37,39 % (составил около 50 %). Некоторые из этих организаций характеризуются существенной величиной оттока денежных средств по инвестиционной деятельности, о чем свидетельствует удельный вес инвестиционно - активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением оттока денежных средств по инвестиционной деятельности к общей величине оттока денежных средств свыше 0,1 (10 %), составивший в 2011 - 2015 гг. среднем около 10 %.

Таким образом, наименьшая величина денежных остатков организаций второй группы, высокий удельный вес инвестиционно - активных организаций с отрицательным сальдо по текущей деятельности, со значительной величиной краткосрочных обязательств и кассовыми разрывами в денежных потоках позволяет охарактеризовать организации второй группы как организации с низким уровнем платежеспособности.

По результатам анализа организаций второй и третьей группы на протяжении 2011 - 2015 гг. в каждой подгруппе был выявлен высокий удельный вес организаций с отношением краткосрочных обязательств к активам свыше 0,1 (10 %). Кроме того, в каждой подгруппе этих групп организаций были выявлены организации с кассовыми разрывами в денежных потоках, составившие около 1 / 3 от количества организаций соответствующей подгруппы.

По результатам анализа организаций **четвертой и пятой групп** в числе организаций с отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности были выявлены инвестиционно - активные организации, удельный вес которых был существенным и изменялся в течение 2011 - 2015 гг. от 51 % до 65 % (от 76 % до 94 %). Некоторые из этих организаций характеризуются существенной величиной оттока денежных средств по инвестиционной деятельности, о чем свидетельствует удельный вес инвестиционно - активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением оттока денежных средств по инвестиционной деятельности к общей величине оттока денежных средств свыше 0,1 (10 %), составивший в среднем за 2011 - 2015 гг. 14 % (22 %).

По результатам анализа организаций четвертой и пятой группы в каждой подгруппе был выявлен высокий удельный вес организаций с отношением краткосрочных обязательств к активам свыше 0,1 (10 %). Кроме того, в каждой подгруппе четвертой и пятой группы организаций были выявлены организации с кассовыми разрывами в денежных потоках, составившие около 1 / 2 от количества организаций соответствующей подгруппы.

Таким образом, третья, четвертая и пятая группы, также, как и вторая группа, характеризуются высоким удельным весом инвестиционно - активных организаций с отрицательным сальдо по текущей деятельности, значительной величиной краткосрочных обязательств и кассовыми разрывами в денежных потоках. Однако третья, четвертая и пятая группы также характеризуются нарастанием денежных остатков от третьей группы к пятой группе, на протяжении 2011 - 2015 гг. нарастанием удельного веса организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности от третьей группы к пятой группе. Тем самым, в отношении третьей, четвертой групп организаций можно говорить о росте степени их платежеспособности, а организации пятой группы характеризовать как организации с высоким уровнем платежеспособности.

В итоге по проведенному исследованию можно сделать следующие выводы:

– Во - первых, вопрос управления денежными остатками организаций является актуальным, что обусловлено большим количеством организаций, у которых возникают денежные остатки.

– Во - вторых, по результатам анализа были выявлены организации с незначительными денежными остатками и низким уровнем платежеспособности и организации с существенными денежными остатками и высоким уровнем платежеспособности.

– В - третьих, выявленные в процессе анализа как незначительные, так и существенные по величине денежные остатки организаций свидетельствуют об актуальности вопроса возникновения издержек вследствие формирования денежных остатков организаций.

Список использованной литературы:

1. Бланк И.А. Управление денежными потоками. – К.: Ника - Центр, Эльга, – 2002. – 736с.
2. Васильева Н.С. К вопросу о методических основах резервирования денежных средств организации // Научные исследования и разработки в эпоху глобализации: сборник статей международной научно - практической конференции (5 февраля 2016 г., г. Киров). / в 3 ч. Ч1. – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – С.68 - 71.

3. Васильева Н.С. Методический подход к формированию резервного остатка денежных средств организации // Перспективы развития теории и практики бухгалтерского учета в инновационной экономике: сб. науч. тр. по материалам международной научно - практической конференции / под ред. А.А. Шапошникова. – Новосибирск: НГУЭУ, 2013. – С. 79 - 88.

4. Ендовицкий Д.А. Финансовые резервы организации: анализ и контроль: научное издание / Д.А. Ендовицкий, А.Н. Исаенко; под ред. проф. Д.А. Ендовицкого. – М.: КНОРУС, – 2007. – 304с.

5. Мазурина, Т.Ю., Скамай, Л.Г., Гроссу, В.С. Финансы организаций: Учебник. – М.: ИНФРА - М, – 2015. – 528с.

6. Пичугина Е.П. Анализ степени резервирования денежных средств на счетах баланса в российских компаниях // Сборник статей Международной научно - практической конференции «В мире науки и инноваций» Пермь, 25.12.2016 г.). Пермь: Аэтерна, 2016. - С.14 - 16. Ч.4

7. Росс С. и др. Основы корпоративных финансов / Пер. с англ. - М.: Лаборатория Базовых Знаний, – 2000. – 720с.

© Е.П. Пичугина, 2017

УДК 658.15

Е.П. Пичугина

студентка 3 курса

факультета КЭиП, НГУЭУ

Г. Новосибирск, Российская Федерация

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ОСТАТКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ РФ ЗА 2011 - 2015 ГОД

Решению проблемы несбалансированности денежных потоков организаций во времени способствует использование метода резервирования денежных средств. Под резервным остатком денежных средств понимается запас денежных средств в кассе и на расчетном счете организации, являющийся источником покрытия дефицита денежных средств вследствие несбалансированности денежных потоков во времени для обеспечения текущей платежеспособности организации [1, с.69].

Для более точных результатов по степени влияния денежных остатков на платежеспособность организации, было продолжено исследование [5] на примере отрасли торговли. Аналогичным образом были отобраны совокупности в базе данных «Скрин» и проведен анализ денежных потоков.

По результатам анализа за 2011 - 2015 гг. были выявлены организации с нулевыми денежными остатками и наличием денежных остатков в активах. При этом удельный вес организаций с нулевыми денежными остатками в общем количестве исследуемых организаций в 2011 - 2012 гг. был незначительным, а именно 6,86 % и 5,94 % , в 2013 -

2015гг –9,07 % , 9,34 % , 12,45 % ; данный факт позволяет судить об актуальности вопроса управления денежными остатками организаций.

Исследуемые организации условно были разделены на пять групп, в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1 – Анализ формирования денежных остатков организаций отрасли «Торговля» РФ за 2015 г

Показатели	2015 год				
	Денежные остатки, руб.				
	0	[0; 100000)	[100000; 1000000)	[1000000; 10000000)	свыше 1000000 0
Общее количество исследуемых организаций	154	324	331	255	173
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций, %	12,4 5	26,19	26,76	20,61	13,99
Удельный вес денежных остатков в активах организации, %					
- мин	-	0,000008	0,002000	0,011589	0,19447 3
- медиана	-	0,264148	2,134297	4,518218	5,89297 2
- макс	-	100,00	100,00	100,00	100,00
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с удельным весом денежных остатков в активах организации менее 1 % , %	-	69,75	35,95	21,96	10,98
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности, %	5,84	16,36	29,00	38,43	56,65
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с нулевым сальдо денежных потоков по текущей деятельности, %	79,2 2	54,63	42,30	34,12	12,72
Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности, %	14,9 4	29,01	28,70	27,45	30,64

Таким же образом были проведены расчеты по другим годам.

Организации с денежными остатками в интервале [0; 100000) ден.ед. рассматриваются как организации с наименьшим значением денежных остатков. Организации с денежными остатками свыше 10000000 ден.ед. рассматриваются как организации с наибольшим значением денежных остатков.

Удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с положительным салдо денежных потоков по текущей деятельности ежегодно на протяжении 2011 - 2015 гг. нарастает с ростом абсолютной величины денежных остатков организаций. При этом, удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с нулевым или отрицательным салдо денежных потоков по текущей деятельности с ростом абсолютной величины денежных остатков организаций уменьшается.

Таблица 2 – Анализ формирования денежных остатков организаций отрасли «Торговля» РФ за 2015 г (группа 2)

Показатели	Подгруппы организаций		
	Салдо ДПтек > 0	Салдо ДПтек = 0	Салдо ДПтек < 0
Общее количество исследуемых организаций группы 2	53	177	94
Удельный вес инвестиционно активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы, %	15,09	0,56	12,77
Удельный вес инвестиционно активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением оттока денежных средств по инвестиционной деятельности к общей величине оттока денежных средств свыше 0,1 (10 %), %	7,55	0,56	8,51
Удельный вес организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением краткосрочных обязательств к активам свыше 0,1 (10 %), %	56,60	59,89	63,83
Удельный вес организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с кассовыми разрывами в денежных потоках, %	24,53	23,73	21,28

Таким же образом были проведены расчеты по другим группам.

По результатам анализа организаций **первой группы** за 2011 - 2015 гг. был выявлен факт высокого удельного веса организаций с нулевым сальдо денежных потоков по текущей деятельности, а именно свыше 70 %, кроме 2012 года – в этом году удельный вес таких организаций составил 61,11 %. Также они характеризуются нулевыми сальдо денежных потоков и по другим видам деятельности, что свидетельствует об отсутствии движения денежных средств.

По результатам анализа **второй и третьей групп** в числе организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности были выявлены инвестиционно - активные организации, удельный вес которых был существенным и изменялся в течение 2011 - 2015 гг. от 13,8 % до 25 % (от 28,13 % до 33,33 %). Некоторые из них характеризуются существенной величиной оттока денежных средств по инвестиционной деятельности, о чем свидетельствует удельный вес инвестиционно - активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением оттока денежных средств по инвестиционной деятельности к общей величине оттока денежных средств свыше 10 %, составивший в среднем около 8 %.

Таким образом, наименьшая величина денежных остатков организаций второй группы, малый удельный вес инвестиционно - активных организаций с положительным сальдо по текущей деятельности, со значительной величиной краткосрочных обязательств и кассовыми разрывами в денежных потоках позволяет охарактеризовать организации второй группы как организации со средним уровнем платежеспособности.

По результатам анализа организаций второй и третьей группы в каждой подгруппе был выявлен высокий удельный вес организаций с отношением краткосрочных обязательств к активам свыше 10 % и организаций с кассовыми разрывами в денежных потоках, составившие около 1 / 3 от количества организаций соответствующей подгруппы.

По результатам анализа организаций **четвертой и пятой групп** в числе организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности были выявлены инвестиционно - активные организации, удельный вес которых был существенным и изменялся в течение 2011 - 2015 гг. от 50 % до 62 % (76 - 90 %). Некоторые из этих организаций характеризуются существенной величиной оттока денежных средств по инвестиционной деятельности, о чем свидетельствует удельный вес инвестиционно - активных организаций в общем количестве организаций соответствующей подгруппы с отношением оттока денежных средств по инвестиционной деятельности к общей величине оттока денежных средств свыше 10 %, составивший в среднем 10 % (15 %).

По результатам анализа четвертой и пятой группы в каждой подгруппе был выявлен высокий удельный вес организаций с отношением краткосрочных обязательств к активам свыше 10 % и выявлены организации с кассовыми разрывами в денежных потоках, составившие более 2 / 3 от количества организаций соответствующей подгруппы.

Таким образом, все группы (кроме первой) характеризуются высоким удельным весом инвестиционно - активных организаций с положительным сальдо по текущей деятельности, значительной величиной краткосрочных обязательств и кассовыми разрывами в денежных потоках. Тем самым, в отношении третьей, четвертой групп организаций можно говорить о росте степени их платежеспособности, а организации пятой группы характеризовать как организации с высоким уровнем платежеспособности.

По результатам анализа были выявлены организации с незначительными денежными остатками и средним уровнем платежеспособности и организации с существенными денежными остатками и высоким уровнем платежеспособности.

Список использованной литературы:

1. Васильева Н.С. К вопросу о методических основах резервирования денежных средств организации // Научные исследования и разработки в эпоху глобализации: сборник статей международной научно - практической конференции (5 февраля 2016 г., г. Киров). / в 3 ч. Ч1. – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – С.68 - 71.
2. Васильева Н.С. Методический подход к формированию резервного остатка денежных средств организации // Перспективы развития теории и практики бухгалтерского учета в инновационной экономике: сб. науч. тр. по материалам международной научно - практической конференции / под ред. А.А. Шапошникова. – Новосибирск: НГУЭУ, 2013. – С. 79 - 88.
3. Ендовицкий Д.А. Финансовые резервы организации: анализ и контроль: научное издание / Д.А. Ендовицкий, А.Н. Исаенко; под ред. проф. Д.А. Ендовицкого. – М.: КНОРУС, – 2007. – 304с.
4. Мазурина, Т.Ю., Скамай, Л.Г., Гроссу, В.С. Финансы организаций: Учебник. – М.: ИНФРА - М, – 2015. – 528с.
5. Пичугина Е.П. Анализ формирования денежных остатков организаций отрасли сельского хозяйства РФ за 2011 - 2015 год // Сборник статей Международной научно - практической конференции «Теоретические и практические аспекты развития научной мысли в современном мире» Екатеринбург, 15.05.2017 г.). Екатеринбург: Аэтерна, 2017.

© Е.П. Пичугина, 2017

УДК 33

A. S. Pozhidaeva

Scientific Supervision: Professor assistant

J. V. Trofimova

STU

Novosibirsk, Russian Federation

THE PECULIARITIES OF MOVEMENT LIVESTOCK AND VEGETABLE CARGOES AND COMMODITIES THROUGH THE CUSTOMS BORDER OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION

Currently, when moving across the customs border of the EEU, a large number of problems appear which are related to food safety and the smuggling of animal and plant consignments.

Starting in December 2016, Rosselkhoznadzor introduced temporary restrictions on the delivery of poultry and incubation eggs of those regions or countries where they were identified pathogenic avian influenza virus. In particular, there was limited supply from several regions of Poland, Iran,

Germany, Italy and Greece. Later the restrictions were imposed for the supply from a number of regions of the Czech Republic and Slovakia [1].

According to the World Health Organization, avian influenza is an infectious viral disease of birds, often occurring without any obvious signs or symptoms. In some cases, the virus may overcome the species barrier and cause disease or asymptomatic infections of people and animals.

On April 10, 2017 Rosselkhozadzor has banned the supply of poultry and eggs from certain areas of Sweden, Hungary and Bulgaria because of avian influenza. Together with these territories temporary restrictions are imposed on transit through the territory of the Russian Federation of live poultry [2].

Another major concern is the detection of GMOs in food products. Also since April 11, Rosselkhozadzor has introduced a temporary ban on the importation of products of Polish arable enterprises, the reason was the detection of GMOs in one of the by-products. We are talking about soybean meal. In the selection of several samples in each of them the contents of the transgene were higher than normal. In this regard, the Agency banned the import of all these products [3].

After analyzing the movement of goods of animal and vegetable origin through the customs border we can assert that the smuggling of animals and plants today occupies one of the leading places among the violations.

The analysis of statistical data of the law enforcement activities of the Federal Customs Service of Russia for the period from 2014 to 2016, showed that:

In 2014 the customs authorities on the basis of operational materials were initiated 1494 criminal cases, 444 criminal cases were brought under the article of smuggling.

In 2015 1379 criminal cases were initiated, 412 cases of which - on the facts of contraband.

In 2016 on the basis of materials of customs authorities 1732 criminal cases were instituted, 442 of which for smuggling.

The peculiarity of Siberian region is that the illegal export of wild animals, their parts and derivatives is mainly conducted in China, Mongolia, Kazakhstan. Less often illegal export is carried out in the United States, Vietnam, the countries of Western Europe [4].

In the first quarter of 2017, the inspectors of Rosselkhozadzor Administration of Novosibirsk region revealed illegally imported products of plant and animal origin arriving from neighboring and far abroad countries.

Products of plant origin, were detected in passengers, prohibited for import in connection with the current temporary restrictions on import into the Russian Federation of regulated products of the republics of Azerbaijan, Tajikistan and Uzbekistan in hand luggage and baggage.

Animal products carried by passengers in hand luggage and baggage from neighboring countries, were banned in the absence of accompanying veterinary documents and without the permission of Rosselkhozadzor for its import into the Russian Federation. In order to protect the customs territory of the EAEU from the introduction of infectious animal diseases and prevention of circulation of products, hazardous in veterinary and sanitary relation, the product was withdrawn from circulation and destroyed by burning.

Rosselkhozadzor does not plan to remove the current restrictions on the import of products from Turkey that tells about a strained relationship.

At the beginning of 2017 the decree of the Government of the Russian Federation was published, which lifts the ban on export from Turkey of onions and shallots, cauliflowers, broccoli and carnations. Under the ban there are supplies from Turkey of frozen meat and chickens offal and

turkeys, fresh and chilled tomatoes, cucumbers and gherkins, fresh grapes, apples, pears, strawberries.

The Ministry of agriculture noted that the issue of full or partial lifting of restrictions on supplies of Turkish fruits and vegetables to the Russian market should be discussed in conjunction with the removal of the Turkish side opposing restrictions on Russian products.

At the moment there are enough issues that require immediate action in respect of animal and plant origin. The restrictions regarding these types of products intended not only to ensure the safety of consumers and the EEU as a whole.

List of used literature:

1. Rosselkhoznadzor introduced temporary restrictions on the delivery of poultry and incubation eggs [Electronic resource] <http://lprime.ru> (date of the application 26.04.2017)
2. Rosselkhoznadzor has banned the supply of poultry and eggs from certain areas of Sweden, Hungary and Bulgaria [Electronic resource] <https://ria.ru> (date of the application 26.04.2017)
3. Detection of GMOs [Electronic resource] <http://rostovprodukt.ru> (date of the application 26.04.2017)
4. Federal Customs Service [Electronic resource] www.customs.ru/ (date of the application 26.04.2017)

© A. S. Pozhidaeva, J. V. Trofimova, 2017

УДК332.1

Полушина М.Д.

Студент гр. МАУ - 411

Сибирский государственный университет путей сообщения

Г. Новосибирск, Российская Федерация

(научный руководитель: к.э.н, доцент Пак М.В.)

СТРОИТЕЛЬСТВО ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ САЛЕХАРД – ИГАРКА: ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Транспортная отрасль для любого государства имеет стратегическое значение, являясь основой инфраструктуры для национальной экономики, обеспечивая основной объем перевозок грузов и пассажиров [1].

Сегодня все большую актуальность получает развитие Северо - Сибирской магистрали (Севсиб), как базового транспортного пути для освоения весьма перспективных ресурсных месторождений в северной части России. Реализация проекта Севсиба предусматривается в «Стратегии развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года» [2]. В этой связи, обратимся к истории строительства железной дороги Салехард – Игарка, так называемой «Мертвой дороге» [3]. Из множества крупных строек сталинских времен дорога Салехард — Игарка отличается тем, что не была с самого начала детально продумана и, потому, впоследствии, оказалась ненужной.

Строительство дороги велось в 1947 - 1953 годы, общая длина составляла 1263 км., пролегая южнее полярного круга на 200 км. Процесс строительства был весьма сложен, т.к. наряду с климатическими трудностями (постоянная мерзлота), существовали и географические — дорога пересекала много крупных рек, ручьев, требовалось дополнительно возведение деревянных и бетонных мостов. В советское время Сталин намеревался превратить страну в закрытую крепость. Для этого планировалось перенести главный порт Северного морского пути из Мурманска восточнее в Игарку, для чего решили строить железную дорогу Салехард – Игарка (в перспективе до Чукотки) с паромными переправами через Енисей и Обь (Рисунок 1).

В Главном управлении лагерного железнодорожного строительства находилось более 300 тысяч заключенных, здесь работали лучшие инженеры. Таким образом, они были привлечены для строительства дороги.



Рисунок 1 – Схема строительства железной дороги Салехард – Игарка [2]

Основная часть работ по сооружению дороги выполнялась вручную. По воспоминаниям очевидцев: «Непригодный грунт по всей трассе возили тачками, зачастую многие составы уходили в болото, а построенные насыпи и выемки оползали и вновь требовали подсыпки. Камень и песок доставляли с Урала» [3].

К 1953 г. было проложено более 900 км. одноколейной железной дороги силами заключенных. Однако, после смерти Сталина, строительство было остановлено. Огромная стройка, унесшая жизни более 300 тыс. человек в итоге закончилась провалом.

На протяжении всей стройки не был утвержден проект сметы, а потому расходы финансировались по текущим затратам. В итоге общие расходы составили 6,5 млрд. руб. После сдачи в эксплуатацию участка Салехард - Надым, дорога оказалась невостребованной. Практически все имущество было списано, кроме телефонной линии и небольшого участка железной дороги Чум - Лабитнаги, который был сдан в постоянную эксплуатацию в 1955 г.

Через десять лет началось освоение богатейших запасов нефти и газа на севере Тюменской области. В конце 1960 - х — начале 1970 - х годов газавики восстановили «на скорую руку» часть этой трассы, а в 1990 году в эксплуатацию сдали последний, самый северный участок меридианной магистрали Тюмень — Сургут — Новый Уренгой.

Проект Севсиба был включен в Стратегию развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года, но в укороченном виде. На наш взгляд, проект будет эффективен в случае полной реализации единой магистрали — Северо - Российской Евразийской. Она включит в себя три блока: Баренцкомур, Севсиб и БАМ. Наиболее подходящая точка стыковки Баренцкомура и Севсиба — Ивдель (Полуночное) [4].

Нет сомнения, что такую магистраль, в конце концов, построят (возможно, несколько по иному маршруту). Вопрос в сроках и деньгах: затягивание строительства перспективной магистрали может привести к большим потерям и затратам.

Список использованной литературы:

1. Дуплинская Е.Б., Тувшинтур Х. Обновление вагонного хозяйства в рамках модернизации подвижного состава АО «Улан - Баторская железная дорога» // Материалы международной научно - практической конференции / ПАУЭР - 2014. - СГУПС. Новосибирск, 2015. - С. 139 - 142.
2. Стратегия развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 г. - Москва. – 56 с.
3. Дорога в никуда - Железная дорога // [Электронный ресурс] – [Режим доступа]: <http://ru-railway.livejournal.com/1418839.html> (Дата обращения 08.05.2017).
4. Пак М.В. Социально – экономические ориентиры развития Арктической зоны России до 2020г. // Современное состояние и перспективы развития научной мысли: сборник материалов IX Международной научно - практической конференции (8 октября 2016г.) – Новосибирск: Омега сайнс, 2016. – С.141 - 143.

© М.Д.Полушина, 2017

УДК 331.08.43

А.И. Поротикова,
студентка 4 курса РГРТУ
Рязанский Государственный Радиотехнический Университет
г. Рязань, Российская Федерация

ПРИМЕНЕНИЕ В АТТЕСТАЦИИ ПЕРСОНАЛА МЕТОДИКИ КРІ (КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ)

Аннотация: В статье ставится задача рассмотреть возможность применения методики ключевых показателей эффективности (КРІ) для облегчения аттестации персонала на предприятиях. Статья содержит основные характеристики аттестации персонала и методики КРІ, а также пример внедрения показателей эффективности на этапах проведения аттестации.

Ключевые слова: аттестация, персонал, КРІ, эффективность, ключевые показатели эффективности.

Современные компании стали больше уделять внимание развитию и совершенствованию профессиональных знаний и навыков своих работников, ведь этого

требует научно - технический прогресс XXI века. Наиболее действенным и проверенным на практике способом оценки персонала является аттестация. Аттестация позволяет проверить, насколько сотрудник организации соответствует квалификационным требованиям и организационным целям руководства и компании в целом. Аттестация обладает в большей степени субъективным аспектом, поэтому полученные результаты обосновываются неверно. Для того чтобы процедура оценки и проверки квалификации работников была удобнее и эффективнее, необходимо использовать количественные методы. Одним наиболее популярным методом за последнее время стала методика ключевых показателей эффективности персонала (KPI), которая помогает определить необходимые показатели для каждой конкретной должности.

Таким образом, актуальность внедрения методики KPI на одном из этапов аттестации заключается в том, что данный способ позволит сократить масштаб данной процедуры и облегчить интерпретацию результатов.

Аттестацией называется оценка уровня профессиональной подготовки и соответствия специалиста занимаемой должности, а также решение вопроса о присвоении служащему квалификационного разряда. [1, с. 124]

Проанализировав различную научную литературу, было выявлено, что процедура аттестации состоит из 3 - 5 этапов. В основном, аттестация включает в себя 3 этапа: подготовка, проведение и анализ результатов аттестации.

На мой взгляд, перечень этапов аттестации персонала должен выглядеть, таким образом, как проиллюстрировано в таблице 1.

Таблица 1 - Основные этапы аттестации персонала

№	Наименование этапа	Проводимые действия на данном этапе
Этап 1	Принятие решения о проведении аттестации персонала	<ul style="list-style-type: none"> • Выявить необходимость и цель проведения аттестации персонала; • Разработать документ, регламентирующий аттестацию персонала
Этап 2	Подготовка к проведению аттестации	<ul style="list-style-type: none"> • Выбрать дату, время и место проведения аттестации; • Издать приказ о проведении аттестации; • Уведомить работников; • Создать аттестационную комиссию; • Разработать методику проведения аттестации (если отсутствует в организации); • Составить план аттестации; • Определить критерии оценки
Этап 3	Проведение аттестации	<ul style="list-style-type: none"> • Проверить личные дела, посмотреть наличие почетных грамот и перечень достижений или неудач
		<ul style="list-style-type: none"> в процессе трудовой деятельности; • Провести беседу с работником, затем провести письменный экзамен с

		использованием тестовых методик, вопросов для оценки компетенций аттестуемого; <ul style="list-style-type: none"> • Зафиксировать полученную информацию
Этап 4	Анализ результатов аттестации и принятие соответствующего решения относительно аттестуемых работников	<ul style="list-style-type: none"> • Рассматривается, проверяется и анализируется зафиксированная информация; • Принимаются управленческие решения относительно аттестуемых работников (повысить в должности, уволить или отправить на обучение); • Обсуждаются итоги аттестации в коллективе; • Составляется отчет об итогах аттестации.

Таким образом, аттестация может состоять из 4 этапов, каждый из которых нуждается в подготовке и требует особого внимания. По результатам аттестации формулируется мнение и рекомендации по конкретным работникам либо по отдельному подразделению. Полученные результаты могут быть использованы при формировании кадровой политики или корпоративной культуры организации.

Следует отметить, что законодательство Российской Федерации не обязывает всех без исключения работодателей проводить аттестацию своих работников. Ни Трудовой кодекс РФ, ни другие нормативно - правовые акты общепромышленного и обязательного характера не устанавливают, что любой работодатель должен периодически проверять соответствие своих работников занимаемым ими должностям.

Однако, имеются исключения, например, в соответствии со ст. 48 Федерального закона от 27 июля 2004 г. № 79 - ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» в целях определения соответствия замещаемой должности 1 раз в 3 года проводится аттестация государственных служащих. А согласно Федеральному закону от 14 ноября 2002 г. № 161 - ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» обязательной аттестации подлежит руководитель унитарного предприятия. [2, с. 30]

Аттестация хоть и не является обязательной процедурой для проведения на всех российских предприятиях, тем не менее, ее проведение зачастую вызывает острую необходимость. Такое случается в тех случаях, когда начальство понимает, что его сотрудники не справляются со своими должностными обязанностями или некачественно выполняют порученные им задания.

За последнее время российские предприятия стали широко применять еще один способ, который поможет объективно оценить вклад каждого сотрудника на деятельность предприятия (организации), основанный на специально разработанных показателях. Речь идет о KPI (ключевых показателях эффективности).

Под ключевыми показателями эффективности (Key Performance Indicators, KPI) подразумевают показатели деятельности подразделения (компании), которые помогают организации в достижении стратегических и тактических (операционных) целей. С помощью KPI можно планировать, а также контролировать эффективность и результативность компании на различных уровнях управления.

Основная идея КРІ заключается в том, что с его помощью можно однозначно и предметно оценить работу и эффективность любого сотрудника, группы людей, подразделения, проекта и компании в целом. Показатель отразит всю картину процессов, происходящих в компании, с помощью цифр. [5]

Методику КРІ удобнее применять на 2 этапе аттестации - подготовка к проведению аттестации, когда устанавливаются критерии и требования к профессионализму работников предприятия, и на заключительном этапе – анализ и интерпретация полученных в ходе проведения аттестации сведений.

На 2 этапе аттестации ключевые показатели представляют собой критерии, по которым оценивается работа персонала. Для каждой должности они свои, поэтому важно перед проведением аттестации не забыть их установить. Удобнее составить таблицу, в которой каждый показатель имел бы веса, которые отражали бы приоритетность определенного показателя с учетом целей и задач компании. Веса при этом должны варьироваться от 0 до 1 и в сумме составлять единицу.

На заключительном этапе аттестации необходимо сопоставить данные о работнике с заданными показателями. Показатели будут количественными, т.е. должны выставляться как баллы. Важно, чтобы эти баллы имели качественную характеристику, которую смогли понять как руководство организации, так и сами сотрудники. Для этого за каждым показателем должно быть четко определено, что означает то или иное полученное число. Также важно, чтобы показатели были ориентированы на цели компании и его структурных подразделений.

Следовательно, применение ключевых показателей эффективности в аттестации поможет:

- количественно оценить полученную информацию о работниках, которые проходили аттестацию;

- низкие значения показателей замотивируют работников пойти на обучение / переобучение, но только в том случае, если по результатам аттестация не произошла ротация кадров;

- заранее заданные показатели и их описание помогут работникам понять, к чему им следует стремиться, и смогут перед процедурой аттестации подтянуть недостающие знания;

- показатели будут ориентировать персонал на достижение требуемых результатов;

- с помощью ключевых показателей эффективности проще будет выделить отличившихся работников и вознаградить за их заслуги.

В заключение хотелось бы отметить то, что аттестация – трудоемкая и ответственная процедура оценки квалификации и профессионализма работника, поэтому внедрение методики ключевых показателей эффективности приводит к упрощению данной процедуры, облегчает процесс анализа и оценки деятельности персонала компании. Таким образом, применение ключевых показателей эффективности имеет место в аттестации персонала компании.

Список использованной литературы:

1. Веснин В. Р. Менеджмент для всех / В. Р. Веснин. – М.: Юрист, 2014. – 246 с.
2. Чекалев М. Еще раз к вопросу о технологии проведения аттестации / М. Чекалев, И. Клошина // Управление персоналом. – 2014. – № 5. – с. 30 - 32.
3. Федеральный закон от 27 июля 2004 г. № 79 - ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации»

4. Федеральный закон от 14 ноября 2002 г. № 161 - ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях»

5. Как повысить эффективность персонала с помощью системы KPI / URL:[http:// hr - portal.ru / article / kak - povysit - effektivnost - personala - s - pomoshchyu - sistemy - kpi](http://hr-portal.ru/article/kak-povyisit-effektivnost-personala-s-pomoshchyu-sistemy-kpi) (Режим доступа: 08.05.17)

6. Завгородний А.В. Аттестация в образовательной организации / Справочник кадровика. – Выпуск №1. – 2016. – с. 32 - 37

7. Ариф Ю.С. Оценка персонала по методике KPI в современных проектно - ориентированных компаниях // Российское предпринимательство. — 2015. — Том 16. — № 10. — с. 1449 - 1458.

© Поротикова, 2017

UDC 339.1

R.A.Redina

Student at the St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

FRANCHISE AS A TYPE OF BUSINESS

Franchise is a long - run form of company's partnership which is considered delivering the rights to manufacture and distribute products under its trade mark.

Nowadays franchise business is developing steadily and sequentially. According to statistics about 10 % of all retail sales are provided by franchise chains and about a half of them is retail firms. The most popular area for franchise business is public catering - 18 % of all firms are franchise, on the second place - clothes stores – 11 % . But franchise business isn't limited of only these areas it can be realized in other economy industries. According to data of International Franchise Association franchise business is used in 75 economy industries. In Russia, this type of business started to develop since 1990. Now there are 40 popular foreign brands in the Russian market such a Subway, Adidas Group, Reebok and etc. Franchise business is actively used in the service industry in our country and the most popular area is still public catering (KFC, Burger King, McDonalds, Sbarro and etc)

It's considered that the standard plan for franchise business includes 3 essential elements:

1. Delivery the license to use a trade mark
2. Teaching franchisee how to do the business
3. Organization of payment system

If there is no one of these elements it means that partnership can't be called franchise business it would be the partnership with the elements of franchise.

There are 2 forms of franchise:

Regional franchise business

This form considers that a firm founds a franchise system in a certain region and controls it (The number of franchises is defined)

Sub franchise

This form considers that the main franchisee gives the license to the third side – subfranchisee
Also, franchise is classified by the type:

- Sales
- Commodity
- Industrial
- Business

Sales franchising is usually aimed at building a single sales network, which is under the control of the manufacturer.

Commodity franchising is the transfer of exclusive rights to sell goods produced by the franchisor and under its trademark, in a particular territory. Franchisee becomes the only reseller of this product in this territory and the exclusive representative of the trademark of the franchisor. The main distinctive feature of this type is the obligation of the franchisee to purchase goods directly from his franchisor and a complete refusal to cooperate with other firms that can compete with the goods being sold

Industrial franchising, in its essence, is the transfer of rights to produce and sell it using patented production technology, raw materials or some initial component of the product. This species is most popular in the production of non - alcoholic carbonated drinks (Fanta, Sprite, etc.).

Business franchising involves not only the production of products under the brand of the franchisor, but also the full conduct of business technology used by the franchisor. Business franchising is usually used for organizations of enterprises to provide any services to the public (Catering, hire, etc.). Business franchising means the constant exchange of information between the franchisor and the franchisee, thorough regulation of activities and a high degree of responsibility of the franchisee.

So, franchising is a relationship that is mutually beneficial for both parties. The franchisor has a stable sales volume of his products, since the franchise agreement usually requires the franchisee to purchase certain lots of products or raw materials from the franchisor. In addition, the expansion of the franchise network is an advertising of the brand, which does not require any additional monetary costs. For franchisees, franchise business also involves a lot of advantages. For example, a beginner entrepreneur need not worry about the demand for the products or services provided, since he starts his activity under an already popular brand with a certain number of loyal consumers.

References:

1. Balashevich M.I., Bykova T.P. Economics and organization of small business: Textbook. - Minsk: BSEU, 2012. - 335 p.

© R.A.Redina,2017

УДК33

Ристич.А.

Студентка 5 курса экономического факультета
Российский университет дружбы народов
Г. Москва, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ СЕВЕРНОЙ ЕВРОПЫ

Транспортная система включает в себя все области транспорта. Специальная роль принадлежит морскому транспорту, которая разработана во всех странах. Международное значение имеют железные и автомобильные дороги в направлениях: Санкт - Петербург - Финляндия - Швеция - Дания - Германия; Мурманск - Норвегия - Дания - Германия. Есть несколько широтных направлений, связывающие Швецию с норвежским портами: Пулео -

Нарвик; Умео - Му - и - Ран; Сундевама - Тронхейм; Карлетад - Олесунн. На многих направлениях действуют паромные переправы.

Позиция Финляндии, близкая к полуострову, в сочетании с глубокими заливами способствует развитию судоходства. Морем идет 40 % экспорта груз. По сравнению с соседними скандинавскими странами торговый флот маленький - его тоннаж составляет немногим более 2 млн. бр. - рег т. Вес доставленных морских грузов, среди которых преобладает минеральное топливо, удвоились, превышает вес товаров, отправленных из финских портов грузов, в основном из древесины. Среди многочисленных портов на побережье Финского и Ботнического заливов отличаются своим размером грузооборотом Хельсинки, который получает большинство импортируемых товаров, и Котка, откуда отправляется большая часть экспортных грузов. Порт Турку характеризуется интенсивным развитием авто - паромной связи со Швецией. Рядом с Турку Нантали является крупнейшим импортером нефти в порт Финляндии.

Среди развитых в озере юго - восточной части страны Канал Сайма, соединяющий одноименное озеро с Финским заливом проходит и частично через территорию России. Внутри страны товары транспортируются главным образом автомобильным и железнодорожным транспортом. Железнодорожная сеть принадлежит государству. Она развивалась, даже когда Финляндия входила в состав России. Финляндские железные дороги имеют одну и ту же ширину колеи с российскими. Это способствует развитию между ними прямого железнодорожного сообщения. В Швеции во внутреннем грузообороте преобладает железнодорожный транспорт, но они все чаще конкурируют с автомобильным. Многие местные линии закрыты, особенно в южных и средних районах страны. Тем не менее, согласно протяженности железных дорог, и особенно по объему перевозок по ним, Швеция впереди всех остальных стран Северной Европы. Все основные магистрали переведены в электрическую тягу. Основной костяк железнодорожной сети состоит из линий, соединяющих главный треугольник Экономических центров - Стокгольм, Гётеборг и Мальмё, а также магистраль, которая идет из Стокгольма на север до Дубена, и самая грузонапряженная в стране рудная линия Лулео - Кируна - Нарвик (Норвегия). Морские железнодорожные паромы соединяют железные дороги Швеции через пролив Эресюнде и южной части Балтийского моря с железнодорожной сетью Дании и Германии.

Швеция занимает первое место в Европе по «насыщенным» автомобилям.

Машины, выпускаемые в Швеции, составляют около 40 % автомобильного парка страны. Южная и Средняя Швеция имеют плотную сеть хорошо оснащенных дорог. С юга на север за полторы тысячи километров, от

Хельсингборг через Стокгольм и далее вдоль побережья Ботнического залива до Хапаранды на шведско - финской границе, наиболее оживленной

Автомост «Е - 4» имеет общеевропейское значение. Еще одно шоссе - «Е - 6» - проходит вдоль западного побережья Швеции до Мальме через Готенбург до Шведско - Норвежской границы.

В экономической жизни страны всегда играло важную роль море и судоходство. 90 % ее внешней торговли идет морем. Перевозка грузов Шведскими судами между иностранными портами также служат важным источником валютных поступлений. Более половины грузов, ввозимых в Швецию морем, являются нефть и нефтепродукты, а также железная

руда и лесопродукция. Крупнейший порт Швеции и всей Скандинавии является Гетеборг, через который проходит до 1 / 3 всего морского грузооборота страны. Швеция занимает одно из первых мест в мире по объему внешнеторгового оборота, приходящемуся на каждого резидента. Это относится как к экспорту, так и к импорту.

Норвежский флот отличается значительной долей танкеров, которые составляют более половины общего тоннажа. Это важный источник дохода валюты для покрытия торгового баланса. Ежегодно более 50 миллионов тонн грузов проходит через морские порты Норвегии. Около половины из них является железная руда идущая транзитом из Швеции, которая экспортируется через порт Нарвик. Другие крупные порты - Осло, Берген, Ставангер.

Длина и транспортная роль железных и автомобильных дорог ограниченная, общая протяженность железных дорог, как правило, однопутная, составляет 4,2 тыс. км, из которых несколько более половины электро - фицировано. Самым важным железнодорожным узлом является столица Норвегии Осло связан линиями со Стокгольмом, Гетеборгом (Швеция) и главными городами страны - Берген, Тронхейм и Ставангер. Основные воздушные ворота Норвегии - Аэропорт Форнеби, около Осло.

Из - за морской среды для экономики Дании основная роль в системе транспорта осуществляется морским транспортом. На его долю приходится половина внутренних грузе перевозок и 80 % внешних. В стране разветвленная система внутренних водных путей, которая обслуживает перевозки между отдельными островами и Ютландией. Дания связана постоянным морским

Грузо - пассажирскими линиями с США, Великобританией, Францией, странами Балтийского моря, Фарерские острова и Гренландия Фарерскими островами и Гренландией. Связь с западней Европой в основном поддерживается через порт Эсберг, а со странами Балтии и Америки - через крупнейший датский порт Копенгаген. Другие значительные порты страны - Ольборг, Орхус, Калуннборг, Фредерисия, Обенро, Ньюборг, Рандерс, Фредериксхавн.

Значительная часть грузов перевозится по железным дорогам Дании, хотя за последние несколько десятилетий некоторые вторичные линии были разобраны. Начиная с 1929 года протяженность железнодорожной сети уменьшилась с 5,5 тыс. до 3,2 тыс. км. Две основные железнодорожные линии начинаются в Копенгагене и входят в систему трансъевропейской меридиональной магистрали.

В то время как железнодорожная сеть страны начала снижаться, дороги, напротив, строятся все больше и больше.

Список использованной литературы:

1. Сафронов Э. А. Транспортные системы городов и регионов // М.: Изд - во АСВ. – 2005.
2. Никифоров В. С. Мультимодальные перевозки и транспортная логистика // М.: ТрансЛит. – 2007.
3. Лукинский В. С. Логистика автомобильного транспорта // М.: Финансы и статистика, 2004.–277 с. – 2004.

ТРЕБОВАНИЯ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ И ЛИЧНОСТНЫМ КАЧЕСТВАМ КОНТРОЛЛЕРОВ

В настоящее время контроллеры востребованы не только на крупных предприятиях, но и в среднем, и малом бизнесе. Необходимость и целесообразность создания системы контроллинга определяется не размерами предприятия, а готовностью руководителя использовать современные технологии управления и соответствующий экономико - управленческий сервис.

Выделим функции контроллера.

Контроллер как «продавец планов». Планирование на предприятии можно разделить на две области: стратегическое и оперативное планирование.

Контроллер не занимается вопросами принятия решений в области планирования, так как не несет ответственности за реализацию планов [1]. Однако за службой контроллинга закрепляются инициативная, координирующая и организующая функции, что и определяет задачи работников этой службы. В процессе формирования *стратегических* планов контроллер выступает в большей степени как организатор, который должен:

- настраивать участников стратегического планирования на творческий подход;
- обобщать высказываемые мнения;
- знать информационные технологии, что позволит поставить задачу программисту;
- знать методы и технику контроллинга (анализ конкурентов, шансов и рисков предприятия на рынке, слабых и сильных сторон предприятия, жизненного цикла продукции и т.д.);
- уметь анализировать существующую и перспективную структуру продукции и услуг предприятия;
- владеть методами прогнозирования, решения проблем, технико - экономического анализа.

Методические способности:

- способность аналитически мыслить;
- способность мыслить абстрактно;
- умение объяснять и доказывать;
- способность осваивать новое и учиться;
- коммуникабельность, знание основ коммуникабельности в организациях;
- аналитическая любознательность;
- умение пользоваться техническими средствами коммуникации и презентации;
- способность к системному мышлению.

Требования к поведению:

- не держать себя очень "важно" при общении с другими;
- быть толерантным;
- умение преподносить неприятные факты так, чтобы получатель информации мог бы их легко переносить;
- не разглашать факты, свидетельствующие о неудаче подразделений или работников предприятия.
- формулировать гипотезы и модели поведения, выработанные участниками совещания;
- применять на практике методы и приемы выработки и принятия коллективных решений [2].

Оперативное планирование требует от контроллера в большей степени умения координировать и организовывать действия лиц, ответственных за разработку и реализацию оперативных планов. Как правило, речь идет о руководителях среднего звена управления.

На фазе оперативного планирования контроллер решает три вида задач.

1) Разработка технологии планирования:

- установление областей планирования, т.е. подразделений, где оно должно проводиться;
- определение содержания планов и сроков их представления;
- разработка плановых директив и форм составления планов.

2) Определение основных исходных данных, методов и порядка расчетов.

Например, контроллер должен предоставить разработчикам планов следующую информацию:

- конъюнктура рынка;
- допустимый рост издержек на материалы и заработную плату;
- дополнительные условия реализации отдельных планов.

3) Реализация планирования:

- установление последовательности этапов планирования и текущая координация планирования во временном и содержательном аспектах;
- консультации для подразделений, составляющих план работы;
- согласование и консолидация отдельных планов в соответствии с возможностями финансирования, стратегией, отдельными оперативными планами;
- разработка альтернативных планов;
- составление общего оперативного плана на базе отдельных согласованных планов[3].

Контроллер как координатор в информационной системе предприятия. Цель функционирования информационной системы - предоставлять нужную информацию в нужное время, в достаточном объеме, в нужном месте и требуемого качества. Предполагается, что информационная система охватывает все области функционирования и уровни управления предприятием, поэтому состав, сроки, объемы и цели поставляемой информации различны для разных пользователей[4].

Задача контроллера как координатора заключается в том, чтобы обеспечить эффективный обмен информацией внутри предприятия. Для этого необходимо решить следующие проблемы:

- *что* должно сообщаться: содержание информации, степень ее уплотнения, точность;
- *как* должно сообщаться: устно, письменно, комбинированно, метод обработки и передачи информации, информационные каналы;
- *кто* должен сообщать: кто создает информацию, кто собирает, обрабатывает, хранит, отправляет, уничтожает информацию;
- *когда* должно сообщаться: в установленные сроки, по свободному графику, по запросу;
- *зачем* сообщается та или иная информация: это главный вопрос, касающийся целей информационного обмена[5].

Цель использования полученной информации может не быть заранее четко сформулированной, т.е. информация будет анализироваться для того, чтобы на ее основе принять управленческие решения. Контроллер должен определить потребность в информации, достаточной для принятия оптимальных решений. Потребность в информации в значительной степени зависит от организационной структуры предприятия и организации текущей работы[6]. Объем запрашиваемой информации зависит от квалификации работников, поэтому спрос на информацию даже в одинаковых организационных структурах будет различным. Предложение информации, как по объему, так и по содержанию обуславливается структурой информационной системы предприятия.

В арсенал средств контроллера входят методы и инструменты для определения потребностей в информации, достаточной для принятия оптимальных решений. Среди них в первую очередь следует назвать:

- эмпирически - индуктивные методы (опросы, наблюдения, интервью);
- экспертные оценки (индивидуальные и групповые);
- имитационные модели и метод сценариев.

Контроллер как консультант руководства предприятия. В настоящее время практически невозможно успешно решать проблемы управления предприятием с ориентацией на будущее, если опираться только на данные финансового (бухгалтерского) учета. Основная задача руководства предприятия заключается в создании потенциала успеха на рынке в будущем, что достигается применением системы стратегического планирования. Чтобы разрабатываемая стратегия была верной, необходимо иметь систему "раннего обнаружения" тенденций как вне предприятия, т.е. в окружающем мире, так и внутри - в самом предприятии.

Внешние "индикаторы" должны информировать об экономических, социальных, политических и технологических тенденциях.

Внутренние "индикаторы", представляющие на практике отдельные показатели и их системы, призваны информировать руководство о текущем "самочувствии" предприятия, а также прогнозировать кризисные ситуации в отдельных сферах деятельности или на предприятии в целом.

В задачу контроллера входит методическая и консультационная помощь по созданию системы "раннего обнаружения" тенденций и факторов, способных принести при их

развитии как выгоду, так и потери. Инструменты и методы, используемые контроллерами для консультации руководства при разработке стратегического плана, находят широкое применение в практике стратегического менеджмента. К их числу относят анализ конкуренции, рынков, жизненного цикла продукции, анализ слабых и сильных мест предприятия (стратегический баланс), анализ перспектив диверсификации продукции предприятия с учетом динамики емкости и доли рынка[7].

Для консультирования по внутренним проблемам предприятия контроллер использует специальные методы анализа и расчета как отдельных показателей, так и их систем.

Следует подчеркнуть, что тип контроллера, требования к его знаниям и способностям, круг задач и обязанностей - категории исторические. Анализируя опыт прошлого, можно констатировать, что контроллер прошел путь от регистратора - бухгалтера до контроллера - навигатора, являясь правой рукой руководителя. Он помогает руководителю эффективно управлять предприятием в сложных условиях рыночной экономики. Будут меняться внешние условия - появится объективная необходимость в новом типе контроллеров. Сегодня уже можно говорить о появлении контроллеров, являющихся ответственными за стратегию предприятия. Этот тип контроллеров уже не просто "лоцманы", прокладывающие путь к достижению поставленной цели, а соавторы высших менеджеров при разработке стратегических целей и планов.

Профессиональные и личностные качества контроллера. Контроллер - специалист, реализующий на предприятии функции и задачи контроллинга[1]. Контроллер выполняет на предприятии сервисные функции в области экономики и управления:

- обеспечивает прозрачность в отношении затрат и результатов по предприятию в целом, а также по отдельным подразделениям и продуктам;
- координирует цели и планы подразделений;
- организует работу по созданию и ведению учета, ориентированного на менеджмент;
- отвечает за создание методической и инструментальной базы по управлению рентабельностью и ликвидностью предприятия.

Практика западных фирм, имеющих в своем составе службы контроллинга, показывает, что отношение к контроллерам двойственное: с одной стороны, все понимают необходимость и значимость такого специалиста, с другой - контроллеров не очень - то "жалуют", а иногда и побаиваются. Возможно, такая ситуация объясняется тем, что контроллеры вынуждены говорить нелицеприятные слова руководителям подразделений, например, относительно соотношения затрат и результатов деятельности цеха, отдела, филиала. Зачастую от контроллера исходит предложение о сокращении числа занятых на предприятии сотрудников и снижении затрат.

Нередки случаи конфронтации руководства предприятия с контроллерами относительно выбора мероприятий по корректировке тех или иных отклонений факта от плана. В текущей деятельности контроллер, выполняя свои профессиональные обязанности, вынужден контактировать с руководством и другими отделами. Это обстоятельство определяет требования к его профессиональным и личным качествам.

Профессиональные знания и требования:

- основы экономики и организации предприятия;
- финансовый учет (бухгалтерия);
- расчет затрат на предприятии;

- умение читать и анализировать баланс предприятия;
- планирование, расчет и анализ инвестиций;
- владение методами и инструментами планирования;
- владение методикой анализа по отклонениям;
- умение оказывать моральную поддержку сотрудникам предприятия при возникновении проблем в рамках выполнения ими производственных функций;
- не разглашать коммерческую тайну предприятия, включая факты, подтверждающие наличие проблемных областей.

Дополнительные требования к стратегическому контроллеру:

- видеть и ставить проблемы в условиях неопределенности;
- думать о факторах, влияющих на успех предприятия в перспективе;
- абстрагироваться от рутинной деятельности;
- оценивать новшество и содействовать его продвижению.

Примечание:

1. Белозерская А.В. Рыночная оценка кредитных организаций в России. // В сборнике: Актуальные проблемы экономического развития современной России материалы V Международной очной научно - практической конференции. с. 17 - 27, 2015.

2. Белозерская А.В. Общие сценарии развития банковской системы России. // В сборнике: Современное инновационное общество: динамика становления, приоритеты развития, модернизация: экономические, социальные, философские, правовые, общенаучные аспекты материалы международной научно - практической конференции. С. 37 - 39, 2015

3. Бровкина Н.Д. Основы финансового контроля. М.: Магистр, 2011. 384 с.

4.Вандина О.Г. Формирование системы внутреннего аудита финансовых результатов торговой организации // Экономические и гуманитарные науки, 2012 №8. с.34 - 39

5.Вандина О.Г. Организация и процедуры непрерывного, периодического и разового внутреннего контроля // Экономические и гуманитарные науки, 2012 №7. с.44 - 48;

6.Вандина О.Г. Организация внутреннего контроля в учреждениях высшего образования // сборник: состояние и пути развития современной экономики // материалы VII международной научно - практической конференции. Министерство образования и науки РФ; Армавирский государственный педагогический университет.2016. с.69 - 75;

7.Вандина О.Г. Понятие и значение внутреннего контроля в организации // сборник научных трудов участников региональной заочной научно - практической конференции «Инновационное развитие экономики региона: проблемы и решения», 2013. С.18 - 23.

© Романенков А.И.

УДК 338

Е.О. Рьжков, слушатель

Уфимского Юридического Института МВД России

Р.Р. Яруллин д.э.н., профессор, ИНЭФБ, БашГУ

ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические аспекты финансовой безопасности России и пути её укрепления.

Ключевые слова: финансовая безопасность, финансовые потоки, угроза, финансовая система, модель, бюджет, факторы, государство.

Современный мир постоянно подвергается опасности. РФ не является исключением и её тоже причиняют угрозы, нарушающие национальную безопасность, под которой понимается состояние защищённости жизненно важных интересов государства, то есть конституционного строя, суверенитета, обороноспособности и территориальной целостности страны, от внутренних и внешних угроз [5, с. 35]. В данной системе важное место отводится проблеме финансовой безопасности государства, так как она даёт ориентиры для принятия основных социально - экономических решений.

В современной литературе можно встретить несколько подходов к определению понятия «финансовая безопасность». Их выбор зависит, на наш взгляд, от поставленных задач и методологии исследования. В самом широком виде финансовая безопасность означает процесс, происходящий как в самих финансах, так и в окружающей среде и направлен на поддержание стабильного развития финансовых отношений. Причем необходимо подчеркнуть, что обеспечение финансовой безопасности РФ - это прерогатива не только государственного органа или должностного лица, но и всего общества, направленная на осуществление общенациональной идеи, на защиту национальных ценностей и интересов.

Финансовая безопасность - комплекс мер по защите экономических интересов государства от внутренних и внешних угроз безопасности, либо иных отрицательных финансовых воздействий, при котором обеспечивается формирование положительных финансовых потоков в объемах, необходимых для выполнения государством и муниципальными образованиями своих полномочий.

Угрозы финансовой безопасности России необходимо подразделить на внутренние и внешние. К внутренним нужно отнести: низкую способность финансовой системы обеспечить воспроизводство (нарушение гарантированного бюджетного финансирования) и обслуживать государственный долг; нелепую финансово - экономическую политику, которая направлена на превращение страны в «сырьевой придаток» для высокоразвитых стран; криминализацию фондового рынка; нестабильность и низкую эффективность большинства финансовых институтов; неэффективную систему государственного финансового контроля; рост экономической преступности в России.

К внешним угрозам следует отнести: препятствование равноправному участию России в международной торговле; лишение части внешнеэкономических позиций в результате вытеснения её иностранными конкурентами с мировых рынков; рост внешнего государственного долга; чрезмерную зависимость экономики страны от краткосрочного спекулятивного капитала и т.п.

Можно заметить, что от воздействия системных внутренних и внешних угроз со стороны противоборствующих стран, возникает опасность развала ключевых звеньев финансовой системы, элементов её управления, ущерба национальному богатству, подрыва денежной, финансово - кредитной и валютной систем.

Проблемы в финансовой сфере нашего государства можно свести к следующему: финансово - кредитная система в современном виде неспособна в полной мере обеспечить денежными средствами не только расширенное, но и простое воспроизводство в реальном секторе экономики; банковская система базируется на смешанной системе денежного

обращения (рубли - доллар - евро), причём доллар и евро берут на себя такие функции, как средства накопления, функция рубля при этом ограничивается; органами государственной власти и местного самоуправления предпринимаются недостаточные усилия для стабильного экономического роста и перевода экономики страны на инновационный путь развития; значительно осложнилась система банковского кредитования реального сектора экономики.

Стратегия обеспечения финансовой безопасности России строится на основе официально принятых нормативных актов, основными из которых являются: Конституция РФ, Закон РФ «О безопасности» от 5 марта 1992г. № 2446 - 1, Государственная стратегия экономической безопасности РФ, Концепция национальной безопасности РФ. В данных документах определены цель, задачи и объекты государственной стратегии экономической безопасности России, сформулированы критерии и параметры состояния экономики, отвечающие требованиям безопасности, описаны механизмы и меры экономической политики, направленные на обеспечение экономической безопасности. Тем не менее, следует отметить, что укрепление финансовой безопасности России требует внесения серьезных коррективов в отечественное законодательство в частности, необходимо внесение изменений в закон о государственной тайне и принятие закона о коммерческой тайне. В Бюджетном кодексе для обеспечения финансовой безопасности особую роль должно сыграть грамотное регулирование межбюджетных отношений в стране: должны быть разработаны и внедрены механизмы регулирования межбюджетных отношений, определены четкие и обоснованные критерии выравнивания бюджетной обеспеченности регионов, критерии бюджетной эффективности, оптимизированы маршруты и ритмичность бюджетных потоков. Особую роль должен сыграть контроль государственных финансовых потоков, под которыми следует понимать оцененное в денежном выражении движение любых элементов государственного имущества или объектов государственных имущественных прав и любых источников их формирования (финансирования).

Приведённая в таблице 1 принципиальная модель финансовых потоков государства [3, с. 68] отражает наиболее общее представление о природе государственных финансовых потоков.

Финансовые потоки как объект контроля, анализа и учёта рассматриваются в следующих аспектах:

1. Отражается возникновение и распределение финансовых потоков между различными субъектами - институциональными единицами, институциональными звеньями управленческой структуры государства.

2. Формируется и обосновывается пропорция распределения финансовых потоков между различными сегментами осуществления задач и функций государственной власти - различными областями государственного регулирования, отраслями экономики и т.п.

В данной модели не учтено влияние внешнего сектора экономики государства и внешние займы, экспорт и импорт, не приведены изменения пропорций государственной собственности между уровнями бюджетной системы в результате межбюджетных финансовых потоков и т.п.

Для разработки вопросов финансовой безопасности государства и проведения соответствующих контрольных мероприятий потребуется особо высокая квалификация. Следует также добавить, что контролеры должны будут заниматься самой постановкой

проблемы и разработкой концепции обеспечения финансовой безопасности РФ. Поэтому, вполне очевидно, что для грамотного качественного выполнения всех этих задач потребуются кадры, квалификация которых как минимум выше контролируемых работников остальных государственных структур.

Принципиальная модель финансовых потоков государства

Таблица 1.

Факторы, обуславливающие финансовые потоки		Хозяйствующие субъекты - инициаторы финансовых потоков
г о у д а р с т в е н н о и	<p>Товары (работы, услуги), пенсии, социальные выплаты, субсидии, выплаты по займам, льготы, заработная плата, оплата товаров (работ, услуг) и пр.</p> <p>Налоги и сборы, неналоговые обязательные поступления (штрафы, пени и др.), займы, товары (работы, услуги), оплата товаров (работ, услуг), спонсорская помощь и пр.</p> <p>Расходы по направлениям деятельности учреждений (на выполнение государственных функций), межведомственные и прочие взаиморасчёты, расчёты за продукцию (работы, услуги), передача учредительского имущества, налогов и прочего возмещения из бюджета, предоставление займов и пр.</p> <p>Межуровневые потоки (перераспределение денежного и неденежного имущества между уровнями и сферами государственного управления)</p>	<p>I. Сектор домохозяйств: Население (физические лица)</p> <p>II. Сектор государственных учреждений и унитарных предприятий: 1. Бюджетные учреждения: - главные распорядительные средства (включая органы государственной власти и управления); - распорядители бюджетных средств; - получатели бюджетных средств; 2. Государственные унитарные предприятия.</p>
м у щ е с т в о	<p>Налоги и сборы, неналоговые поступления в бюджет (в т.ч. поступления от хозяйственной деятельности), возврат заёмных средств, передача безвозмездных поступлений от физических и юридических лиц, межведомственные (внутриведомственные) взаиморасчёты, возврат поступлений во временное распоряжение имущества, расчёты по централизованному снабжению учреждений, продукции (работ, услуг) и пр.</p> <p>Межуровневые финансовые потоки Инвестиции, оплата товаров (работ, услуг) - закупки для государственных нужд - кредиты, субвенции, субсидии, льготы, исполнение обязательств по государственным гарантиям, покупка ценных бумаг и иностранной валюты, реализация имущества (включая в форме приватизации и др.), залог, передача имущества в управление и пр. Товары (работы, услуги), налоги и сборы, неналоговые обязательные выплаты, предоставление займов, возврат заёмных средств, продажа государству ценных бумаг и валюты, возмещение выплат по гарантии, оплата приобретённого государственного имущества, залог, доходы от участия государства в капиталах юридических лиц и пр.</p>	

Укрепление финансовой безопасности РФ должно проявляться в полном доверии между федеральным Правительством и регионами, финансовые отношения которых построены на таких принципах, как законность, эффективность, целесообразность, прозрачность, реальное согласование всех решений по затрагивающим регион интересам.

Необходимо установление действенной системы государственного финансового контроля, как со стороны Правительства нашего государства, так и со стороны правоохранительных органов. Законодатель уже сделал некоторые шаги по совершенствованию, однако необходимо его полное завершение, так как институт особых правовых режимов предполагает установление особого порядка расходования бюджетных средств. Государственная власть обязана создавать механизмы защиты национальных финансовых интересов и противостоять влиянию внутренних и внешних угроз финансовому развитию нашего государства и должна быть закреплена в Конституции РФ, тогда, посредством системы финансовой безопасности законными путями будут реализованы финансовые интересы нашего государства на международной арене и жизненно важные интересы граждан РФ.

Укрепление финансовой безопасности России необходимо, это позволит экономике нашей страны быть более стабильной, обходить спокойно все кризисы, инфляцию. Укрепление возможно только при стабильной, правильной работы правоохранительных органов и Правительства РФ, полного законодательного закрепления.

Список используемой литературы:

1. Бурцев В.В. // Экономический вестник МВД России - 2006 - №8 . С.68.
2. Краткий юридический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. М.: Институт новой экономики, 2005. С. 35.

© Е.О. Рыжков, 2017

© Р.Р. Яруллин, 2017

УДК 001.8

Сибилева В.Я.

аспирант Института Экономики и менеджмента
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация

Антонов А.П.

к.т.н., доцент кафедры Экономики и менеджмента
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД: СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ

Аннотация

В основе научных исследований лежит единая методологическая база. Ключевым элементом научной методологии является системный подход. Его сущность состоит в рассмотрении объектов как совокупности частей целого. Исходя из этого, необходимым и достаточным условием реализации системного подхода является сочетание методов системного анализа и системного синтеза.

Ключевые слова

система, системный подход, системный анализ, системный синтез

Фундаментом исследования любой предметной области является методология, представляющая собой учение о методе познания [15, с. 354]. Методологической основой научно - исследовательской деятельности является системный подход (СП), способствующий объединению, упорядочению и установлению взаимосвязи между используемыми методами, которые, в свою очередь, являются инструментами решения теоретических и практических задач научного познания мира.

Одной из предпосылок распространения системного подхода в современной науке является бурный рост количества информации [25, с. 28]. Сущность и содержание системного подхода формировались в работах Л. фон Бергаланфи, А.А. Богданова, И.В. Блауберга, В.Н. Волковой, Э. Квейда, В.Н. Сагатовского, В.Н. Садовского, М.Б. Славина, Т.Н. Тимченко, А.И. Умова, И.М. Шистерова, Э.Г. Юдина и многих других ученых. «Системная проблематика и соответствующая терминология прочно вошли в сознание современного ученого, инженера, практика» [25, с. 24]. Применение СП привело к возникновению разнообразных трактовок этого термина.

И.В. Блауберг и Э.Г. Юдин полагают, что СП – это специализированная методология, имеющая общенаучное значение [25, с. 7]. М.Б. Славин под СП понимает изучение, наблюдение и проектирование некоторого объекта с учетом внутренних взаимосвязей между элементами этого объекта и возмущающих воздействий на него со стороны факторов окружающей среды [22, с. 30]. В энциклопедической литературе СП трактуется как «направление методологии научного познания и социальной практики, в основе которой лежит исследование объекта путем построения и изучения системы, отображающей объект в соответствии с целью исследования» [14, с. 227]. И.М. Шистеров считает, что СП – это совокупность методологических положений, предполагающих рассмотрение объекта исследования как целого (системы), а каждый элемент его – в связи и взаимодействии с другими элементами [27, с. 22]. Т.Н. Тимченко основываясь на определении, данном в Большом энциклопедическом словаре, рассматривает СП как направление методологии научного познания и социальной практики, в основе которого лежит рассмотрение объектов как систем [23, с. 3–4]. В.Н. Сагатовский придерживается точки зрения того, что СП – это не просто самоцель логико - методологического анализа, но прежде всего мощное средство исследования и управления социальными процессами и проектирования организационных структур [20, с. 67–78]. В.Н. Садовский обращает внимание на то, что СП не есть некоторый подготовительный этап для существования других типов научного исследования, а представляет самостоятельную и, как показывает опыт, весьма перспективную стратегию формирования современного научного знания [25, с. 32]. В Новом словаре методических терминов и понятий говорится о том, что СП является теоретической и методологической основой системного анализа [1]. Таким образом, анализ рассмотренных определений термина «системный подход» обосновывает ранее сформулированное утверждение о его методологической сущности [19, с. 393], [18, с. 21], [12, с. 26]. Отсутствие единого понимания этого термина обуславливает потребность в разработке унифицированного определения на основе стандарта [11, с. 21].

Разнообразие существующих трактовок термина «система», используемых в различных областях знаний (философии, астрономии, математики, химии, физики, биологии, кибернетики, психологии, экономики и др.) раскрывает его многогранность и подчеркивает междисциплинарную, фундаментальную, т.е. категорийную сущность.

Ряд авторов под системой понимает «целое, совокупность или множество взаимосвязанных элементов» [4, с. 194], [15, с. 719], [16, с. 85], [6, с. 293], [2, с. 18], [21, с. 419], [18, с. 22], [22, с. 11], [26, с. 22]. Так, М.Г. Гаазе - Рапопорт под термином «система» понимает некоторый объект изучения, обладающий целостностью или рассматриваемый как целое [10, с. 69]. Л. фон Бергаланфи определяет понятие «система» как совокупность элементов, находящихся в определенных отношениях друг с другом и средой [3, с. 29]. И.М. Шистеров трактует категорию «система» как «упорядоченная совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, закономерно образующих единое целое, обладающее свойствами, отсутствующими у элементов, его образующих, и у их простой суммы» [27, с. 7] И. Кант полагает, что «система» – это «... единство многообразных знаний, объединенных одной идеей. А идея есть понятие разума о форме некоторого целого, поскольку *in a priori* определяется объем многообразного и положение частей относительно друг друга» [13, с. 486].

Универсальным, лаконичным, раскрывающим дуалистическое содержание термина «система», которое заключается в применении противоположных по сути приемов – анализа и синтеза является определение, приведенное в Большом российском энциклопедическом словаре, где под категорией «система» понимается «множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определенную целостность, единство» [9, с. 1567].

Рассмотрение термина «подход» затрудняется наличием достаточного количества определений этого понятия в научной литературе, однако согласно представленной в энциклопедических изданиях информации, разъяснение данного термина сводится к набору приемов и способов [15, с. 545], [24, с. 677], используемых при решении поставленных задач [8, с. 391].

Объединение смыслов определений простых терминов «система» и «подход» позволяет сформулировать определение сложного термина «системный подход», под которым предлагается понимать приемы и способы, используемые для рассмотрения объекта как совокупности (разнообразия) частей целого. Полученная трактовка содержит в себе системный дуализм, который проявляется в том, что для описания разнообразия частей целого применяется анализ, а для описания совокупности частей целого – синтез.

Суть анализа состоит в разделении целого на части, т.е. представлении в виде совокупности более простых компонент, но для того, чтобы показать целое, сложное, необходим и обратный процесс – синтез [17, с. 14–15]. Анализ (разделение целого на составляющие) важнейшее понятие в философии, учение о методе [5, с. 652]. Анализ есть процедура мысленного, а часто также и реального расчленения предмета (явления, процесса), свойства предмета (предметов) или отношения между предметами на части (признаки, свойства, отношения) [7, с. 554].

Синтез – это метод исследования явления в его единстве и взаимной связи частей, обобщение, сведение в единое целое данных, добытых анализом [15, с. 718]. Под синтезом

понимается соединение, сочетание, составление отдельных компонентов и элементов в едином целом [14, с. 186] в процессе познания и в практической деятельности [6, с. 244].

Таким образом, диалектическое представление СП сводится к единству методов, с одной стороны анализа, с другой – синтеза, необходимых для всестороннего изучения объекта исследования. Полученные результаты можно представить в виде схемы (рис. 1).

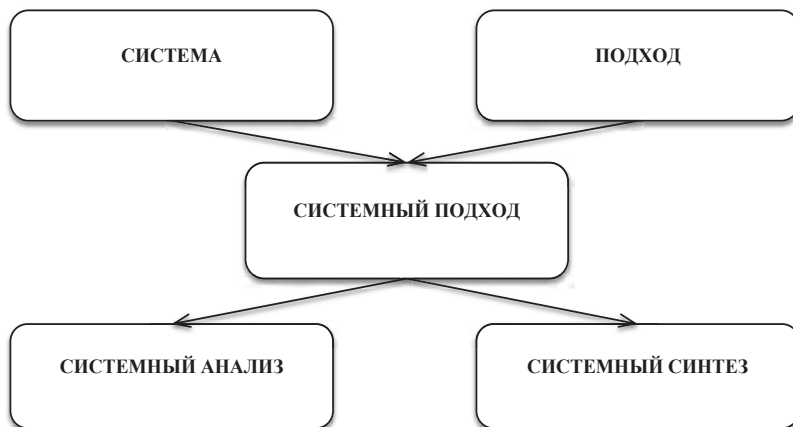


Рисунок 1. Схема формирования и описания содержания термина «системный подход»

Представленная на рис. 1 последовательность позволяет сделать заключение о том, что необходимым и достаточным условием реализации СП при решении задач, поставленных в научном исследовании является сочетание методов системного анализа и системного синтеза.

Таким образом, использование методологических аспектов СП является неотъемлемой составляющей формирования научного знания, позволяющей комплексно подойти к решению поставленных в исследовании задач. Для подтверждения полученных выводов следует обратиться непосредственно к применению указанных методов при изучении объекта исследования.

Список использованной литературы:

1. Азимов Э.Г., Шукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) [Электронная версия]. – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Антонов А.В. Системный анализ: учебник для вузов – М.: Высшая школа, 2008. – 454 с.
3. Бергаланфи Л. История и статус общей теории систем // Системные исследования: Ежегодник. – М.: Наука, 1973. – с. 20–37.
4. Блауберг И.В., Юдин Э.Г. Становление и сущность системного подхода. – М.: «Наука», 1973. – 270 с.
5. Большая Российская Энциклопедия: в 35 т. / Председатель научн. - ред. совета Ю.С. Осипов. Отв. ред. С.Л. Кравец. Т.1. – М.: Большая Российская Энциклопедия, 2005. – 768 с.

6. Большая Российская Энциклопедия: в 35 т. / Председатель научн. - ред. совета Ю.С. Осипов. Отв. ред. С.Л. Кравец. Т.30. – М.: Большая Российская Энциклопедия, 2015. – 767 с.
7. Большая советская энциклопедия / Глав. ред. А.М. Прохоров. – 3 - е изд. Т. 1 – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 616 с.
8. Большая энциклопедия: В 62 томах. Т. 37. – М.: ТЕРРА, 2006. – 592 с.
9. Большой российский энциклопедический словарь / шеф - редакторы: А.Е. Махов и др. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2007. – 1888 с.
10. Гаазе - Рапорт М.Г. Кибернетика и теория систем // Системные исследования: Ежегодник. – М.: Наука, 1973. – 268 с.
11. ГОСТ Р ИСО 704 - 2010. Терминологическая работа. Принципы и методы. Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 21 декабря 2010 г. № 879 - ст. – М.: Стандартинформ, 2012. – 51 с.
12. Звягин Л.С., Катаргин Н.В. Системный анализ и моделирование: учебное пособие. – М.: Финансовый университет, 2016. – 412 с.
13. Кант И. Критика чистого разума – М.: Мысль, 1994. – 591 с.
14. Новая Российская энциклопедия / Редкол.: В.И. Данилов - Данильян, А.Д. Некипелов. Т.15 (1) – М.: Издательство «Энциклопедия»: ИНФРА - М, 2016.– с.496.
15. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / РАН. Институт русского языка им. В.В. Виноградова – М.: Азбуковник, 1997. – 944 с.
16. Оптнер С.Л. Системный анализ для решения проблем бизнеса и промышленности. – М.: Концепт, 2006. – 206 с.
17. Перегудов Ф.И., Тарасенко Ф.П. Введение в системный анализ: учебное пособие для вузов. – М.: Высшая школа, 1989. – 367 с.
18. Попов В.Н. Системный анализ в менеджменте: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2011. – 304 с.
19. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь – М.: ИНФРА - М, 2008. – 512 с.
20. Сагатовский В.Н. Опыт построения категориального аппарата системного подхода // Журнал «Философские науки». № 3, 1976. с. 67–78.
21. Сагатовский В.Н. Основы систематизации всеобщих категорий. – Томск: Издательство томского университета, 1973. – 432 с.
22. Славин М.Б. Системный подход в микроэкономике: учебное пособие для студентов экономических вузов и факультетов университетов. – М.: ТЕИС, 2000. – 204 с.
23. Тимченко Т.Н. Системный анализ в управлении: учебное пособие. – М.: РИОР, 2008. – 161 с.
24. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. Ред. Н.Ю. Шведова. – М.: ИЦ «Азбуковик», 2007. – 1175 с.
25. Уемов А.И. Системный подход и общая теория систем – М.: Мысль, 1978. – 272 с.
26. Черняк Ю.И. Системный анализ в управлении экономикой. – М.: Экономика, 1975. – 191 с.
27. Шистеров И.М. Системный анализ: учебное пособие. СПб.: СПбГИЭА, 2000. – 95 с.

© Сибилева В.Я., Антонов А.П., 2017

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ НА РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ППС

В современной быстро меняющейся рыночной среде организации могут добиться успеха в том случае, если им удастся поднять методы своей работы на качественно новый уровень. Организация вынуждена работать гибко, создавая новые системы отношений, как с партнерами, так и со своими сотрудниками, пересматривать приоритеты в развитии организации, вырабатывать адекватную происходящим изменениям стратегию.

Решением проблемы профессионального обучения персонала занимаются отделы профессионального обучения компаний. Поскольку важными характеристиками культуры компании являются уровень образования персонала, его профессионализм и умение работать в команде, то профессиональная подготовка и переподготовка персонала приобретает стратегическое значение[2].

Система организационного обучения является формой организации подготовки взрослых, которая в последнее время становится все более востребованной и преобладающей в современных компаниях. Данный вид обучения носит практико - ориентированный характер и позволяет повышать уровень профессиональных компетенций практически без отрыва от профессиональной деятельности.

Значимыми характеристиками организационного обучения являются следующие:

- совершенство, т.е. разнообразие организационных знаний. Обучение ускоряется, когда знания становятся более разнообразными и совершенными, а возможности для действий расширяются;
- полнота, т.е. степень подобия в восприятии и интерпретации разных участников[1].

Таким образом, организационное обучение – это процесс, демонстрирующий степень стремления сотрудников организации приобретать комплекс знаний, принимать их как потенциально полезные, развивать и распространять их внутри организации.

Процесс модернизации знаний и навыков должен носить постоянный характер, вот почему перед руководством компании встает задача создания обучающейся организации, умеющей использовать полученный в процессе своей деятельности опыт, в целях корректировки методов работы для решения реальных проблем компании.

Большинство современных методов обучения персонала, которые в настоящий момент активно используются в России или только начинают использоваться, впервые появились на Западе, поэтому и для успешной реализации тех или иных методов российские специалисты перенимают опыт западных коллег, адаптируя технологию под российский рынок.

В настоящее время все более активно начинают входить в российскую практику современные методы обучения персонала, перекочевавшие с Запада. К числу таких методов относятся: модульное обучение, дистанционное обучение, наставничество, обучение действием, обучение в рабочих группах, метафорическая игра, обучение по

методу «Shadowing», обучение по методу «Secondment», обучение по методу «buddying»[2,3].

О распространенности тех или иных методов обучения в России и на Западе свидетельствуют статистические данные, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Статистические данные о методах организационного обучения

Российские компании	%	Западные компании	%
Модульное обучение	83	Модульное обучение	81
Дистанционное обучение	37	Дистанционное обучение	54
Наставничество	78	Наставничество	72
Рабочие группы	60	Рабочие группы	65
Метафорическая игра	45	Метафорическая игра	15
Обучение методом «shadowing»	1	Обучение методом «shadowing»	71
Обучение методом «secondment»	1	Обучение методом «secondment»	65
Обучение методом «buddying»	5	Обучение методом «buddying»	85
Обучение действием	56	Обучение действием	70

Основные акценты при определении содержания и выборе методов организационного обучения необходимо делать на высокую активность в освоении материала участниками процесса.

Организационное обучение как часть образовательной системы является инструментом, посредством которого университет способен наиболее оперативно реагировать на процессы, происходящие в различных сферах. Реализация программ организационного обучения сотрудников способствует достижению достаточного уровня профессиональной компетентности работников, необходимого для обеспечения конкурентоспособности университета на рынке товаров и услуг[3].

Таким образом, можно сделать вывод, что система организационного обучения в университете должна быть построена на единых концептуальных основаниях, разработана для всех сотрудников в рамках стратегии университета и с учётом существующей организационной культуры.

Список использованной литературы:

1. Анисимов В.М. Кадровая политика России: философская и функциональная основы // В.М. Анисимов // Вопросы философии. – 2010. – № 4. – С. 48 - 60.
2. Будущее высшего образования и академической профессии: страны БРИК и США. – М.: изд. дом НИУ - ВШЭ, 2013. –252 с.
3. Вопросы образования и глобального развития // Вопросы образования. – 2006. – № 1. – С. 290– 310.

© П.В. Смирнова, 2017

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО МАНЕВРА В РФ

Экономический кризис, начавшийся в 2014 году девальвацией рубля по отношению к иностранным валютам, вызван стремительным снижением цен на энергоресурсы, продажа которых составляет значительную часть в доходах бюджета России, а также введением экономических санкций в отношении России. Эти факторы повлияли на возникновение дефицита федерального бюджета.

Рисунок 1. Динамика цен на сырьевую нефть марки Brent на 01.01.2017 [2]



Как известно, Президент России дал поручение в этом году определиться с налоговой политикой на много лет вперед.

В Министерстве финансов и Министерстве экономического развития обсуждаются различные варианты повышения ставки НДС.

Среди них – увеличение НДС до 15 % при снижении ставки страховых взносов для работодателей до 21 % . Этот вопрос разрабатывают Министерство финансов, Минэкономразвития и Центр стратегических разработок Алексея Кудрина. Изменение НДС может привести к снижению страховых взносов и росту НДС, при этом 6 - 8 процентных пунктов НДС могут быть направлены в федеральный бюджет. Кроме того, рассматривается также второй вариант по НДС, повышение до 15 % и введение вычета + повышение НДС с 18 до 21 % и снижение страховых взносов до 21 % . Важно подчеркнуть, что один из экспертов перечисляет и прочие идеи – от введения плавающей ставки НДС до предоставления регионам права утверждать собственные ставки. Однако рассматривается также, третий вариант – введение прогрессивной шкалы налогообложения: чем больше будет взнос на пенсию, тем ниже будет предлагаемая ставка

НДФЛ. Важно отметить, что Минфин против увеличения общей нагрузки и подчеркивает, что окончательные предложения пока не сформированы [3,4,5].

По мнению многих экспертов, переход к прогрессивным ставкам по НДФЛ возможен после 2018 года, когда экономическая ситуация станет более стабильной. В условиях кризиса, при снижении реальных доходов населения и сложном финансовом положении предприятий, повышение ставок НДФЛ спровоцирует уход в тень зарплат. Также сдерживают рост ставок предстоящие выборы президента России в 2018 г. Таким образом, в 2017, как и в предыдущем году, основной ставкой НДФЛ остается 13 %. Но дискуссии по поводу изменения налоговой шкалы не прекращаются. Введение повышенного налога становится все очевиднее. В условиях дефицита федерального и большинства региональных бюджетов – это один из инструментов бюджетной балансировки, так как НДФЛ полностью поступает в региональный бюджет.

Кроме того, с 01.01.2017 г. субъектам Российской Федерации предоставлено право устанавливать налоговые преференции по налогу на прибыль организаций как для вновь созданных, так и действующих организаций, осуществляющих капитальные вложения в производство, в том числе в его модернизацию на своей территории, в виде пониженной до 10 % ставки налога на прибыль организаций в части, поступающей в бюджет субъекта Российской Федерации, и до 0 % в части, поступающей в федеральный бюджет. Возможность установления нулевой ставки по налогу на прибыль организаций предусмотрена также для участников специальных инвестиционных контрактов (СПИК), заключаемых от имени Российской Федерации и направленных на промышленное производство.

Другими словами, больше предприятий успешно работают в регионе (больше возможностей для строительства нового жилья, дорог, школ, больниц, других социальных объектов), следовательно, налогооблагаемая база расширяется, доходы субъектов увеличиваются.

Для того что бы вывести само занятых граждан из теневого сектора, самозанятые граждане, осуществляющие деятельность в качестве репетиторов, сиделок, уборщиков жилых помещений и домработниц, освобождены от уплаты налога на доходы физических лиц и страховых взносов в течение 2017 и 2018 годов.

Более того, в части мер, направленных на стимулирование деятельности малого и среднего предпринимательства:

- с 2017 года увеличен до 150 млн рублей размер ограничения в виде доходов для применения упрощенной системы налогообложения
- в целях обеспечения стабильной и предсказуемой налоговой нагрузки по единому налогу на вмененный доход (далее – ЕНВД) установлен коэффициент - дефлятор на 2017 год, равный 1,798, то есть на уровне, действовавшем в 2015 и 2016 годах
 - с 1 января 2017 года увеличен до 150 млн рублей размер ограничения в виде остаточной стоимости основных средств для применения УСН
 - действие ЕНВД продлено до 2020 года включительно
 - Установлены ставки по НДС в размере 0 % на услуги по перевозке пассажиров и багажа железнодорожным транспортом общего пользования в дальнем и пригородном сообщении с 1 января 2017 года до 1 января 2030 года

Таким образом, налоговый маневр ориентирует налоговую систему на главную цель: стимулирование деловой активности, а, следовательно, рост экономики и инвестиций, создание конкурентных условий для развития наших предприятий.

Список источников:

1. Об основных результатах деятельности Министерства финансов Российской Федерации в 2016 году и задачах органов финансовой системы Российской Федерации на 2017 год. Итоговый доклад
2. Веб - сайт «Министерство финансов Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.minfin.ru> (дата обращения: 05.05.2017)
3. Веб - сайт «РБК - новости» - «Ведомости» назвали варианты повышения ставки НДС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/economics/22/02/2017/58ad07c09a7947222931a06f> (дата обращения: 05.05.2017)
4. Веб - сайт «Российская газета» - Путин дал поручения по итогам Послания Федеральному Собранию [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2016/12/06/prezident-dal-poruchenii-po-itogam-poslaniia-federalnomu-sobraniuu.html> (дата обращения: 05.05.2017)
5. Веб - сайт «РБК - новости» - Шувалов анонсировал изменения в налоговой системе [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/economics/29/11/2016/583d76a29a794705c9b6b> (дата обращения: 05.05.2017)

© И.Д. Сурхаев

УДК 338

А.А. Сыроватка

Студент 2 курса кафедры промышленного менеджмента
НИТУ «МИСиС»
Г. Москва, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассматриваются основные аспекты развития инвестиционной деятельности в России. Особое внимание уделено исследованию портфельных инвестиций из Российской Федерации за рубежом. Рассмотрено динамику международной инвестиционной позиции РФ за 2016 год и очерчены перспективные направления развития инвестиционной деятельности.

В условиях глобализации международной экономической системы объем и структура инвестиций в национальную экономику является одним из показателей будущего уровня благосостояния государства.

Необходимо признать, что в российской экономике сегодня наблюдается серьезное технологическое отставание по большинству позиций, что приводит страну к реальной

необходимости в финансовых ресурсах, которые могли бы принести новые технологии и современные методы управления, а также способствовать развитию отечественных инвестиций.

Актуальность исследования состоит в особом значении инвестиционной деятельности, которая осуществляется в стране и является залогом ее рыночного развития, обеспечивая возобновление, обновления и расширения основных фондов и повышения конкурентоспособности экономики в целом.

Основными странами, инвестирующими в отечественную экономику, являются Нидерланды, Кипр, Люксембург, Китай, Великобритания, Германия, Ирландия, Франция, США и Япония.

Анализ инвестиций по отраслям показывает, что инвесторы на Кипре и в Германии предпочитают финансовую деятельность. В обрабатывающей промышленности больше инвестируют Великобритания, Швейцария, Кипр. Добыча полезных ископаемых в России представляет интерес для Нидерландов, Беларуси, Японии. И лидерами являются Нидерланды и Кипр, инвестирующие соответственно 18 % и 17,5 % от общего числа иностранных инвестиций.

Говоря об иностранных инвестициях необходимо отметить 2015 год, как год прорыва в сфере их привлечения. Именно в 2015 г. аналитиками России зафиксирована высокая инвестиционная активность, которой не было уже несколько лет [4]. Среди самых активных зарубежных стран, которые имеют наибольшее число инвестиционных проектов в России можно назвать Германию, что занимает первое место, так как она является участником 36 инвестиционных проектов. Второе место занимает США – 29 проектов. На третьем месте – Франция (20 проектов). По 12 инвестиционных проектов имеют Италия и Китай. Отметим, что каждый инвестиционный проект предполагает также создание рабочих мест, что имеет также важное значение для развития уровня жизни населения страны. Официальные данные свидетельствуют, что наибольшее количество рабочих мест вследствие развития инвестиционных проектов в России предоставляет США – почти 3 тыс., Германия – более 2 тыс., Япония – 1,5 тыс., Китай – 1,35 тыс., Польша – 950 рабочих мест.

На современном этапе развития экономики прямые иностранные инвестиции в качестве одной из форм международной деловой активности являются основным катализатором экономического развития любого государства, а также оказывают влияние на обеспечение устойчивого роста как отдельных экономических субъектов и стран, так и мировой экономики. Решение социально - экономических задач, связанных с обеспечением экономического роста, достойного уровня жизни населения страны, конкурентоспособности субъектов хозяйствования и макроэкономической стабильности зависит от их объема, состояния инвестиционного процесса.

Прямые иностранные инвестиции в небанковский сектор России в январе — сентябре 2016 года составили \$8,3 млрд, что в 3,6 раза больше, чем в январе — сентябре 2015 года (\$2,3 млрд). По темпам роста России удалось выйти на первое место в Европе среди 10 европейских стран, лидирующих по количеству проектов ПИИ. По рабочим местам, созданным благодаря ПИИ, Россия заняла 4 - е место в Европе [3, с189].

Вместе с тем, важно для анализа инвестиционной деятельности провести, также, исследование динамики портфельных инвестиций из Российской Федерации за рубеж (участие в капитале и долговые инструменты) за 2014 - 2016 гг. (таблица 1).

Таблица 1 - Портфельные инвестиции из Российской Федерации за рубеж за 2014 - 2016 гг., млн. долл. США [3]

Инвестиции в:	2014 г.	2015 г.		2016 г.	
		На 1.01	На 1.07	На 1.01	На 1.07
Австрия	51	2	268	-	280
Бразилия	3	4	-	32	32
Венесуэла, Боливарианская республика	-	4	-	36	41
Виргинские острова, британские	86	104	-	154	-
Германия	541	151	363	-	427
Гонконг	1	1	1	-	575
Джерси	847	1 972	1 472	878	1 083
Ирландия	15 041	15 328	18 838	19 379	-
Казахстан	197	69	-	-	92
Канада	537	317	348	-	
Кипр	2 917	5 679	3 958	2 468	2 797
Китай	3	4	24	-	238
Люксембург	15 469	16 664	20 456	24 612	-
Нидерланды	3 967	4 652	3 874	4 420	5 583
Соединенное королевство	241	3 118	2 494	-	-
Соединенные штаты	707	1 972	-	3 514	-
Турция	27	78	-	90	-
Франция	193	86	172	-	1 070
Швейцария	15	91	146	260	-
Не распределено по странам	7 773	2 391	9 131	12 078	60 921
Международные организации	1 496	604	-	-	883

Есть, также, много других стран, которые получают от России определенные инвестиции. Вместе с тем, важно отметить, что общая сумма портфельных инвестиций России за рубеж составляла в 2014 г. 53743 млн. долл. США. В 2015 г. данный показатель увеличился до 61655 млн. долл. США, а в 2016 г. – до 74084 млн. долл. США.

Рассмотрим динамику изменения международной инвестиционной позиции РФ за 2016 год (рисунок 1).

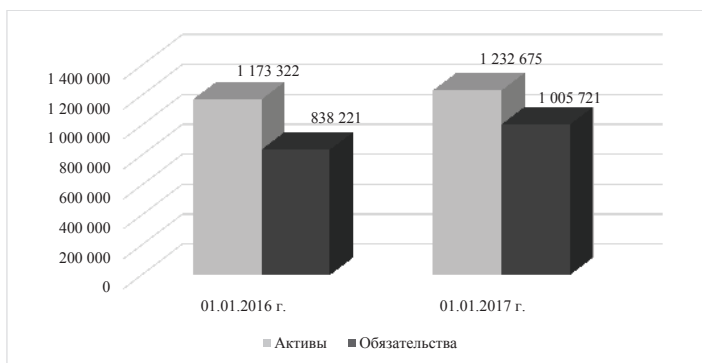


Рисунок 1. Международная инвестиционная позиция РФ за 2016 год [1]

Таким образом, на начало 2016 года международная инвестиционная позиция России составляла 335101 млн. долл. США, а на конец 2016 года – уменьшилась до 226954 млн. долл. США.

Немаловажным для оценки инвестиционной деятельности является изучение динамики международной инвестиционной позиции банковского сектора (рисунок 2).

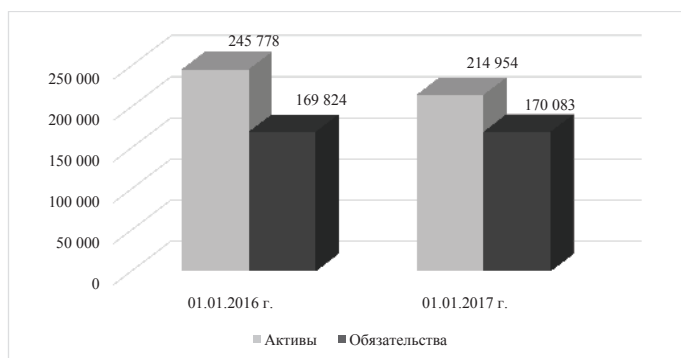


Рисунок 2. Международные инвестиционные позиции банковского сектора РФ за 2016 год [1]

Одним из перспективных направлений развития инвестиционной деятельности в России является формирование паевых инвестиционных фондов (ПИФ) благоприятно воздействует на развитие рынка ценных бумаг. ПИФы аккумулируют временно свободные денежные средства граждан и институциональных инвесторов, и тем самым усиливают инвестиционный интерес, стимулируют оборот ценных бумаг, что, в конечном итоге, обеспечивает приток инвестиционных ресурсов в производственный сектор экономики [2, с.192].

Развитие ПИФ обеспечит более быструю организацию и развитие инвестиционного бизнеса, в котором вложенные средства аккумулируются в единый пул под управлением профессионального управляющего для дальнейшего наиболее прибыльного вложения. При

этом основными преимуществами такого инвестирования является существенная минимизация издержек на управление инвестициями и хранение активов, существующая реальная возможность диверсификации вложений, возможность участия в инвестиционном проекте с небольшой суммой денежных средств.

На сегодня, также, важно отметить наблюдающуюся активную позицию нашего государства в отношении поддержания и развития инвестиционной безопасности, что также отмечается в стратегии развития до 2020 года, которая предусматривает направление инвестиций в такие отрасли как образование, наука, технологии.

Таким образом, проведенный анализ инвестиционной деятельности России свидетельствует об активной позиции нашей страны на внешнем рынке инвестиций. Выступая активным агентом как по привлечению инвестиций, так и участию в разных инвестиционных проектах за рубежом, Россия продолжает удерживать лидирующие позиции, поддерживая инвестиционно привлекательный климат.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

2. Тимко В. Б. Тенденции и перспективы развития паевых инвестиционных фондов в России / В. Б. Тимко // Научные исследования: от теории к практике : материалы VIII Междунар. науч. - практ. конф. (Чебоксары, 7 июня 2016 г.). В 2 т. Т. 2 / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — № 2 (8). — С. 192.

3. Чаусов А.Г. О Некоторых вопросах инвестиционного климата и привлечения иностранных инвестиций в экономику России // научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч. - практ. конф. – 2016. - № 8 (11) — С.189.

4. <http://www.rbc.ru/economics/16/06/2016> - Число зарубежных инвестиций в Россию выросло до пятилетнего максимума

© А.А. Сыроватка, 2017

УДК 33

Табатадзе Д.М.

Студент магистратуры

Санкт - Петербургский государственный экономический университет

Г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНТРОЛЯ ДОХОДОВ В НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

Доходы в общепринятом понимании предполагают собою обобщенный показатель работы любой экономической системы. Государство получает доходы в виде налоговых, таможенных сборов, от иного международного сотрудничества [13] в области образования [10,12], экологии [11], безопасности [14,15] и других источников. С учетом экономического подхода [16] доходы предприятия, как микросистемы [4] формируются с учетом

финансовые поступления от всех видов деятельности [8]. Анализ контрольных мероприятий [9] показал, что для обеспечения устойчивости любой системы [1], необходимо не только спланировать бюджет [2], но и проводиться контрольные процедуры за формированием доходов, как важнейшей экономической категории [16].

Согласно 41 статье Налогового кодекса РФ доходом является выгода, которая выражена в денежной или натуральной форме, которая учитывается в том случае, если ее можно оценить.

Классификация доходов отражается в нормах Налогового кодекса. Доходы делятся на доходы от продажи и внереализационные доходы.

На законодательном уровне и в научной литературе активно дискутируется и обсуждается проблема разницы, возникающих при ведении разных видов учета: налогового и бухгалтерского [3]. В России эти проблемы гораздо существеннее, чем в международном учете, так как разницы значительно больше, и бухгалтеры пользуются своим профессиональным суждением [5].

Доходом – реализацией является передача права собственности на товары, оказание услуг, выполнение работ на возмездной основе. В соответствии с Налоговым кодексом РФ реализацией является передача и на безвозмездной основе прав собственности на товары, работы и услуги.

Выручка от продажи приобретенных товаров и собственного производства, а также выручка от продажи имущественных прав являются доходом от продажи в целях исчисления налога на прибыль.

Все поступления, которые связаны с расчетами за проданные товары или права на имущества, которые выражены в денежной и натуральной формах определяют выручку от реализации. Доходы могут быть от разных направлений деятельности, поэтому целесообразно вести аналитический налоговый учет в налоговых регистрах и систематически проводить качественную инвентаризацию [7].

Налоговый Кодекс устанавливает особенности определения доходов, например, для таких организаций как:

- банки (ст. 290 НК РФ);
- страховые организации (ст. 293 НК РФ), а также страховые медицинские организации (ст. 294.1 НК РФ);
- негосударственные пенсионные фонды (ст. 295 НК РФ);
- клиринговые организации (ст. 299.1 НК РФ);
- профессиональные участники рынка ценных бумаг (ст. 298 НК РФ).

Налоговая база по прибыли, которая не облагается по общей ставке (20 %) должна определяться налогоплательщиком отдельно. Чтобы правильно определить налоговую базу, которая облагается налогом на прибыль по разным ставкам, налогоплательщик должен вести учет доходов и расходов раздельно на основе инвентаризации [7].

Доходы организации, которые не связаны с производством и реализацией готовой продукции являются внереализационными.

В Налоговом кодексе РФ перечислены доходы, которые не учитываются в целях налогообложения прибыли, о чем стоит помнить при классификации доходов в качестве доходов от реализации или внереализационных доходов. В зависимости от профессионального суждения и положений по учетной политике [5] доходы могут исчисляться как кассовым методом, так и методом начисления.

Если применять метод начисления, то доходы необходимо признавать тогда, когда они возникают независимо от того, когда поступают денежные средства.

Налогоплательщики самостоятельно распределяют доходы используя принцип равномерности признания доходов и расходов.

Метод начисления имеют право применять все организации без исключения, а признают доходы и расходы кассовым методом организации, у которых в среднем за предыдущие четыре квартала сумма выручки от реализации товаров за каждый квартал не превысила 1 млн руб.

Если организация применяет кассовый метод при определении доходов и расходов, и превышает предельный размер суммы выручки от продажи в течение налогового периода, то она должна перейти на определение доходов и расходов по методу начисления. Предприятия обязаны перейти на метод начисления с начала налогового периода, в котором произошло превышение.

Метод начисления организация также обязана применять, если она заключает договор доверительного управления имуществом или договор простого товарищества.

Таким образом, налогоплательщику, который не является банком разрешается применять кассовый метод, если доходы документально оформлены и, если получение доходов документально подтверждено.

Определение доходов происходит на основании первичных документов, которые являются подтверждением полученных доходов, и документов налогового учета. Первичные документы, расчет налоговой базы и аналитические регистры налогового учета являются подтверждением данных налогового учета.

В заключении, обобщая практические сложности проведения контрольных мероприятий по доходам организации, отмечу, что процедуры внешнего аудита основаны на научных исследованиях таких ученых – классиков, как Монтгомери [6].

Список используемой литературы:

1. Конопляник Т.М., Аудит устойчивости хозяйственных систем // монография / Т. М. Конопляник ; М - во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт - Петербургский гос. инженерно - экономический ун - т". Санкт - Петербург, 2012.

2. Конопляник Т.М., Варианты прочих услуг аудиторской деятельности: планирование и прогнозирование // Экономические и гуманитарные науки. 2012. № 3. С. 29 - 37.

3. Конопляник Т.М. Проблемы сближения бухгалтерского и налогового учета с позиции институциональной теории // Вестник ИНЖЭКОНа. - Серия: Экономика. - 2013. - № 6 (65). - С. 85 - 89.

4. Конопляник Т.М., Контроллинг // учебное пособие / Т. М. Конопляник ; М - во образования и науки Российской Федерации, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт - Петербургский гос. инженерно - экономический ун - т". Санкт - Петербург, 2011.

5. Конопляник Т.М. Профессиональное суждение бухгалтера в контексте новой экономики // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2014. № 2 (69). С. 53 - 60.

6. Конопляник Т.М. Парадоксы и постулаты аудита Монтгомери // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 3 (62). С. 135 - 140.

7. Конопляник Т.М. Порядок проведения инвентаризации // БиНО: Бюджетные учреждения. 2001. №3. С. 34 - 45.

8. Конопляник Т.М., Регулярный менеджмент как концепция управления финансовой деятельностью предприятия // Проблемы современной экономики. 2006. № 3 - 4. С. 150 - 153.

9. Конопляник Т.М., Роль финансового анализа в аудиторской деятельности // Проблемы современной экономики. 2011. № 2. С. 403 - 404.

10. Конопляник Т.М., Терминология как обязательный элемент методики подготовки кадров по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» // В мире научных открытий. 2012. № 6. С. 164 - 177.

11. Конопляник Т.М., Николаенко А.В. Характеристика учета затрат в качестве инструмента управления природоохранной деятельностью // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 - 2(75 - 2). С. 372 - 375;

12. Николаенко А.В., Приобретение навыков в вузах Казахстана и России и их практическое применение // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 4 (63). С. 96 - 100.

13. Николаенко А.В., К вопросу об особенностях развития интеграции стран Азиатско-Тихоокеанского региона / Проблемы современной экономики. 2006. № 3 - 4. С. 262 - 263.

14. Николаенко А.В., Роль Азиатско - Тихоокеанского направления во внешней политике России / Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 101. С. 316 - 320.

15. Николаенко А.В., Деятельность Российской Федерации по укреплению региональной безопасности в Азиатско - Тихоокеанском регионе / Проблемы современной экономики. 2011. № 3. С. 67 - 69.

16. Перспективные тренды развития науки: экономика. // Скотников Д.А., Ярмоленко В.А., Безденежных Т.И., Буреникова Н.В., Конопляник Т.М., Богданова О.Ю., Богославцева Л.В., Вик С.В., Карелина О.И., Кизиль Е.В., Смольникова Ю.Ю., Петренко Р.П.В., Николаенко А.В., Прокопец Н.Н. Одесса, 2016.

© Табатадзе Д.М.

УДК 338.1

К.А. Тер - Оганесян, В.В. Петухова
студентки 1 курса

Калужского государственного
университета им. К.Э. Циолковского
г. Калуга, Российская Федерация

Научный руководитель

Петрушина О.М.

к.э.н., доцент, зав. кафедрой таможенного дела

Калужского государственного
университета им. К.Э. Циолковского
г. Калуга, Российская Федерация

ПРИРОДНО - РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИИ

Природная среда в функционировании экономики играет роль первичного фактора, выступая не только как сфера жизнедеятельности в целом, но и как первоисточник всех ресурсов, как один из важных факторов экономического роста. В настоящее время роль природных факторов приобретает особое значение в связи с гигантским ростом

ресурсопотребления и истощением природных ресурсов, загрязнением окружающей среды. Наличие природных ресурсов, их количество, качество и сочетание определяют природно-ресурсный потенциал страны и являются главным условием размещения производительных сил. [1]

Природно - ресурсный потенциал – это общая совокупность природных ресурсов, которые используются в настоящее время или могут быть привлечены для хозяйственной деятельности. Он является одной из самых важнейших характеристик для каждой страны в целом и для отдельных регионов, отражающей размещение природных ресурсов, обеспеченность ими отдельных отраслей народного хозяйства, их влияние на формирование хозяйственной специализации и пространственной организации территории.

Россия располагает мощным природно - ресурсным потенциалом, который способен удовлетворять потребности людей, как в стране, так и за ее пределами. Главные особенности природно - ресурсного потенциала России:

- значительный объем и большое разнообразие;
- неравномерное размещение по территории страны;
- недостаточная изученность (особенно на территории Арктики и Дальнего Востока);
- истощение запасов в хорошо освоенных районах;
- недостаточное развитие инфраструктуры и других условий для добычи ресурсов в слабообжитых районах и районах с суровым климатом.

Величина природно - ресурсного потенциала представляет собой сумму потенциалов отдельных видов ресурсов. Россия занимает одно из лидирующих мест в списке по количеству месторождений полезных ископаемых. Выделяют следующие виды природных ресурсов: минеральные, земельные, водные, биологические, климатические, энергетические, лесные.

Минеральные ресурсы являются частью природно - ресурсного потенциала и представляют собой образования в земной коре естественного происхождения, которые человек может использовать в ведении своего хозяйства.[2] Россия имеет огромную и разнообразную минерально - сырьевую базу. На ее территории существуют тысячи месторождений минерального топлива и сырья — угля, нефти, газа, торфа, черных и цветных руд, редких металлов, золота и алмазов. По добыче некоторых из них страна занимает лидирующие положения. Так, в России сосредоточено около 10 % мирового запаса нефти, 30 % запасов газа, 16 % запасов угля, 32 % железа, 16 % калийных солей, 7 % цинка. Начавшееся интенсивное освоение арктического шельфа способно значительно увеличить эти цифры. Всего на территории РФ разведано более 20 тысяч месторождений полезных ископаемых, но только треть из них введены в промышленное состояние.

Земельный фонд Российской Федерации составляет более 1710 млн. га, из них более 400 млн. га выделены для сельского хозяйства. Россия также богата возобновляемыми водными ресурсами, объем которых оценивается в 4280 км³. Основой водных ресурсов Российской Федерации является речной сток, образованный 2,5 млн. рек и ручьев, общая протяженность которых составляет около 8 млн. км. Биологические ресурсы страны представляют собой совокупность животного и растительного мира. Насчитывается около 6 тыс. культурных растений на территории Российской Федерации. Поэтому, можно смело говорить о значительной доле растительных организмов. Что касается климатических

ресурсов страны, то можно сказать, что территория вмещает несколько зон, которые отличаются разными климатическими характеристиками.

Необходимым элементом для обеспечения развития производства являются топливно - энергетические ресурсы. Отличительной чертой расположения топливно - энергетических ресурсов по территории Российской Федерации является их неравномерность. В большей части они расположены в восточных районах страны (примерно 90 %), а на европейскую часть, включая Урал, доводится менее 10%. Однако 3 / 4 всего потребления топлива энергии приходится именно на европейскую часть и Урал. Лесные ресурсы нашей страны составляют запасы древесины, ягод, грибов, лекарственных растений. Лесами занято 4100 млн. га, что приравнивается к 30% суши всего земного шара.

Таким образом, наша страна имеет неповторимый природно - ресурсный потенциал. Ведь именно на территории РФ расположены объекты как общемирового, так и общенационального достояния, которые имеют уникальное природоохранное, культурное, научное, оздоровительное, рекреационное и эстетическое значение. Будущее страны во многом зависит от эффективного использования природно - ресурсного потенциала. Именно поэтому в рамках перехода к более устойчивому развитию приоритет должен быть отдан неистощенному природопользованию, охране и воспроизводству природных ресурсов. От степени рациональности, а также обдуманной ответственности масштаб пользования потенциалом природных богатств в большей степени зависит быстрота преодоления кризисных явлений в стране.

Создание и обновление материально - технической базы для производства продукции из высокотехнологичных и наукоемких отраслей, включительно товары длительного пользования. Всеобщее содействие относительно развития отечественной перерабатывающей промышленности на основе добывающего комплекса – это один из главных резервов преобразования России в скором будущем в экономическую державу с наивысшим уровнем жизни для проживающего населения.

Стабильное развитие экономики России в ближайшее время должно основываться на равномерном росте ее составляющих, а прежде всего, за счёт природно - ресурсного потенциала. При этом, под стабильным развитием относительно минерально - сырьевых ресурсов, имеется в виду гарантированное обеспечение экономической безопасности страны через создание надежной минерально - сырьевой базы для удовлетворения существующих и перспективных потребностей экономики России, учитывая социальные, демографические, экологические, оборонные и другие факторы.

Список использованной литературы:

1. Вагин В.Д. Экономический потенциал территории Российской Федерации: учебное пособие / В.Д. Вагин. – СПб.: ИЦ Интермедия, 2015. – с.35
2. Ребрина Т.Г. Природно - ресурсный потенциал России как основа экономического развития ее территории // Наука вчера, сегодня, завтра: сб. ст. по матер. XLVI междунар. науч. - практ. конф. № 5(39). – Новосибирск: СибАК, 2017. – С. 97 - 102.

© К.А. Тер - Оганесян, В.В. Петухова, 2017

АДАПТАЦИЯ ТОРГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА К ИМПЕРАТИВАМ ВТО КАК СПОСОБ ИНТЕГРАЦИИ РФ В МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

Для эффективной деятельности как Российской Федерации, так и любой другой страны в системе Всемирной торговой организации необходима единая нормативно - правовая основа. Так как Россия присоединилась к давно существующей организации, то должна обеспечить соответствие правовых основ в области международной торговли. Но и ВТО, в свою очередь, должна учитывать интересы и особенности внешнеторговой деятельности России. Унифицированное торговое законодательство не только помогает регулировать отношения между странами - участниками ВТО, но и способствует развитию этих отношений. Всемирная торговая организация совершенствует правовые нормы и правила отношений между её членами. Таким образом, данная международная организация применяет инструменты многосторонних переговоров, главным принципом которых является принцип обязательности правил ВТО для её участников. Несмотря на то, что большинство норм ВТО являются обязательными для внутреннего распорядка, но существуют соглашения с ограниченным числом участников, то есть, вместе с общим режимом внутри правопорядка организации имеется специальный международно - правовой режим [2, с.11].

После окончательного вступления России в ВТО российское законодательство претерпело на себе некоторые изменения в разных сферах экономики. Изменения вступили в силу с 22 августа 2012 года. Рассмотрим последовавшие изменения более подробно. В области фармацевтики появилась новая часть в статье ФЗ "Об обращении лекарственных средств", в соответствии с которой запрещается в течение 6 лет с даты госрегистрации препарата получать, разглашать, использовать в коммерческих целях данные о результатах его исследований без согласия правообладателя такой информации. Также не допускается обращение в России лекарств, зарегистрированных с нарушением указанной нормы [3, с.19].

На рынке интеллектуальной собственности в Постановлении Правительства РФ от 15 сентября 2011 г. N 781 «О внесении изменений в Положение о патентных и иных пошлинах...» увеличили пошлины за государственную регистрацию интеллектуальной собственности, упразднили термины «резидент» и «нерезидент», также установили единую пошлину за регистрацию изобретения и выдачу патентов на них - 3 250 руб. До этих поправок резиденты вносили 2 400 руб., а нерезиденты - 10 800 руб. Для малого бизнеса были сокращены некоторые виды пошлин до 50 % [1, с.18].

Наибольшие изменения получило законодательство, связанное с таможенным регулированием. Например, изменения коснулись ФЗ "О некоторых мерах государственной поддержки отдельных категорий производителей моторных транспортных средств, их

узлов и агрегатов". За счет государственных субсидий будут покрыты затраты на импортные пошлины на моторные транспортные средства. Появилось решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 г. N 55 «О применении Республикой Беларусь и Республикой Казахстан ставок ввозных таможенных пошлин...», смысл которого заключается в применении таможенных пошлин к Белоруссии и Казахстану, в перечни которых включены около 100 наименований, главным образом автомобили. Постановлением Правительства РФ от 21 июля 2012 г. N 756 «Об утверждении ставок вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы государств - участников соглашений о Таможенном союзе...» были установлены ставки таможенных пошлин на экспорт товаров за пределы таможенного союза. Появились новые правила санитарного контроля, которые полностью соответствуют международным нормам ветеринарным, санитарным и фитосанитарным мерам защиты. Важной поправкой является то, что при пересечении границ экспортёр должен беспрепятственно обеспечить доступ для проверки товаров на соответствие нормам.

В сфере торговли услугами появились нововведения, такие как порядок внутрифирменного перевода граждан. В банковском секторе изменились требования относительно получения дочерней организацией иностранного банка разрешения ЦБ для открытия на территории России филиала. Это делается для того, чтобы приравнять условия открытия филиалов российскими банками.

Большинство норм и правил, касающихся внешней торговли, рассматриваются ВТО при вступлении государства в международную организацию. Но есть сферы, влияние на которые не входит в компетенцию ВТО, такие как национальная безопасность, денежно - кредитная политика государства. Все Соглашения ВТО имеют силу на всей территории государства, в том числе в экономических зонах и иных приграничных территориях [4, с.28].

На сегодняшний день существует потребность в 160 нормативных правовых актов Российской Федерации, которые необходимо принять для обеспечения адаптации торгового законодательства к императивам ВТО. Например, в целях обеспечения соответствия с Марракешским соглашением 8 декабря 2003 года в России был принят ФЗ № 165 - ФЗ "О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров", который заменил ранее использовавшийся закон от 14 апреля 1998 года № 63 - ФЗ "О мерах по защите экономических интересов Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами". Однако очевидным остаётся факт, что все поправки и изменения нормативных правовых актов относят только к приспособлению действующих норм экономической деятельности в режиме членства ВТО, но при этом не предусматривают выстраивания защитной линии государства и общества в условиях членства в ВТО. Объективно протекционизм необходим, он должен обеспечивать эффективность членства России в ВТО и достижение положительных показателей российской экономики. Можно утверждать, что даже после вхождения России во Всемирную торговую организацию на государственном уровне отсутствует системная совокупность законодательных или иных нормативных правовых актов, которые бы гарантировали необходимое системное изменение настоящего законодательства. [5, с.35].

В нынешней ситуации есть необходимость разработки и применения практических механизмов адаптивного управления отечественной экономикой в новых условиях.

Существует потребность в нормативном закреплении таких механизмов, а также в нормативно - правовом регулировании управленческих и других отношений в соответствующих нормативных правовых актах. Если ничего не предпринимать в этом направлении, то возможные положительные эффекты от членства нашей страны в ВТО будут минимальны, а негативные эффекты значительно возрастут.

В настоящее время отношения нормативно никак не регламентируются. А поскольку в нормативной сфере даже отсутствует термин «управление», а также первоочередные критерии управленческой деятельности невозможно уточнить для адаптивного управления российской экономикой в рамках участия России в ВТО, то актуальными нормотворческими задачами для обеспечения надлежащего регулирования в нашей стране управленческих отношений в сфере экономики в системе ВТО являются: законодательное оформление понятийного аппарата в сфере управления; нормативное утверждение главных категорий управления; нормативное определение первоочередных критериев работы, связанной с наблюдением за результатами экономической глобализации; нормативное утверждение основных правил управления социально - экономическими системами на различных уровнях, включая адаптацию отечественной экономики к новым конкурентным условиям.

При написании, принятии и реализации будущих законодательных актов Российской Федерации, посвящённых: общим вопросам управленческой деятельности, адаптивному управлению и его механизмам, адаптивному управлению отечественной экономикой в условиях членства России в ВТО, должны быть учтены нынешние недостатки и упущения.

Результатами законопроектной деятельности, к которой нужно стремиться, должны стать:

- переход от пассивной адаптации российской экономики к критериям ВТО к активизации политического и экономического утверждения позиций России в системе Всемирной торговой организации;
- изменение роли вступления России в ВТО;
- создание необходимых условий для эффективного и ускоренного развития российской экономики в условиях глобализации мировых экономических процессов;
- реальное стимулирование труда;
- повышение уровня российского нормотворчества по вопросам экономики, когда из набора пассивных правоописательных дефиниций оно превратилось бы в активное созидательное начало и своего рода "путеводный факел" для всех субъектов инвестиционных и хозяйственных процессов в России.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон от 29.06.2015 N 162 - ФЗ "О стандартизации в Российской Федерации".
2. Федеральный закон от 08.12.2003 N 164 - ФЗ (ред. от 13.07.2015) "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности".
3. Федеральный закон от 27.11.2010 N 311 - ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О таможенном регулировании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016).
4. Оболенский, В.П. Новые акценты в торговой политике России // Российский внешнеэкономический вестник. - 2016. - №1. - С 55 - 57

УДК 338

Д.В. Тоузаков

студент 4 курса финансового факультета
РЭУ им. Г.В. Плеханова

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ООО «АДИДАС»

ООО «Адидас» - крупнейшая спортивная ритейл - компания в России по объему продаж. Компания ответственна за дистрибуцию продукции брендов Adidas, Reebok, Y - 3, RBK&CCM Hockey и Taylor - Made Golf и др (ритейл или розничная торговля - вид экономической деятельности, при котором продажа товара осуществляется для конечного использования). Это компания, которая каждый день меняет жизнь людей через спорт, создавая новое и стирая границы невозможного. Компания входит в группу немецкого концерна «Adidas Group».

Основная стратегическая цель ООО «Адидас» заключается в создании высококонкурентной компании на рынке спортивных товаров.

Чтобы оценить финансовое состояние российской компании ООО «Адидас» воспользуемся анализом ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности. В завершение расчёта финансового состояния, оценим риск вероятности банкротства с помощью модели Альтмана.

Таблица 1

Ликвидность баланса ООО «Адидас» за 2013 - 2015гг.

Показатель	2015 г.	2014 г.	2013 г.	Показатель	2015 г.	2014 г.	2013 г.
A1	13 458	15 852	11 059	П1	7 254	7 826	8 066
A2	2 712	3 221	5 896	П2	4 686	28	47
A3	16 088	15 235	18 500	П3	241	10	341
A4	9 520	5 026	4 589	П4	29 597	31 470	31 590

Обозначения: «А» - группа активов, «П» - группа пассивов, «1» - наиболее ликвидные / срочные, «4» - наименее ликвидные / долгосрочные. Проанализируем показатели ликвидности за 2015 год: $A1 > П1$ предприятие способно погасить срочные обязательства с помощью абсолютно ликвидных активов. $A2 < П2$ Предприятие не в состоянии рассчитаться по краткосрочным обязательствам, в случае такой резкой необходимости. $A3 > П3$ компания способна погасить долгосрочные займы с помощью медленно реализуемых активов. $A4 < П4$ Предприятие обладает низкой степенью платежеспособности в отношении постоянных пассивов.

Далее проанализируем отношение заемных средств компании к собственным: $Kотн_{2013} = 1,26$, $Kотн_{2014} = 1,25$, $Kотн_{2015} = 1,40$. Нормой этого показателя считается значение меньше 1. В ООО «Адидас» показатель превышает норму, а также имеет тенденцию к увеличению за период. Соответственно, долговые обязательства компании недостаточно обеспечены собственными средствами.

Проанализируем относительные показатели деловой активности компании, используя формы баланса №1 и №2 компании. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала: $Коск_{2013} = 1,44$, $Коск_{2014} = 1,67$, $Коск_{2015} = 1,58$. Коэффициент оборачиваемости активов: $Коа_{2013} = 1,28$, $Коа_{2014} = 1,53$, $Коа_{2015} = 1,45$. Коэффициент оборачиваемости запасов: $Коз_{2013} = 2,51$, $Коз_{2014} = 3,55$, $Коз_{2015} = 3,13$. Все эти показатели увеличились, однако их сопровождалось снижением выручки компании, соответственно компания проводит политику экономии издержек.

Необходимо рассмотреть рентабельность компании в её различных разрезах. Коэффициент рентабельности продаж (ROS): $ROS_{2013} = 9,7\%$, $ROS_{2014} = 0\%$, $ROS_{2015} = -4,0\%$. Коэффициент рентабельности активов (ROA): $ROA_{2013} = 11,0\%$, $ROA_{2014} = -0,3\%$, $ROA_{2015} = -4,5\%$. Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE): $ROE_{2013} = 13,9\%$, $ROE_{2014} = -0,4\%$, $ROE_{2015} = -6,3\%$. Коэффициент рентабельности инвестированного капитала (ROIC): $ROIC_{2013} = 14,3\%$, $ROIC_{2014} = 0,3\%$, $ROIC_{2015} = -5,2\%$. Наблюдается резкое снижение всех показателей рентабельности компании. В первую очередь это связано с показателем отрицательной прибыли в 2015 г., которая в свою очередь обуславливается резким изменением курса рубля на протяжении всего 2015 г., к которому компания не было готова. ООО «Адидас» максимально пыталось сократить свои издержки в 2015 г., закрыв более 180 магазинов, однако даже такая оптимизация издержек оказалось недостаточно радикальной и своевременной.

Проведем оценку вероятности банкротства проводиться при помощи двухфакторной модели Альтмана: $Z_{2013} = 2,92$, $Z_{2014} = 2,92$, $Z_{2015} = 1,26$. Вероятность банкротства ООО «Адидас» в 2015 г. констатируется как «возможная». Риск банкротства значительно увеличился в 2015 году в сравнении с двумя предшествующими периодами. Основная причина - резкое увеличение краткосрочных обязательств компании в 2015 г.

По итогам 2015 года ООО «Адидас» следует относить к предприятиям с нормальным финансовым состоянием, которое характеризуется как финансово устойчивое, гарантирующее платежеспособность предприятия в краткосрочном периоде. Однако компания недостаточно быстро реагирует на изменения конъюнктуры рынка, поэтому прибыль компании была отрицательной в 2015 г., а вместе с тем и все показатели рентабельности. Также наблюдается обще рыночный тренд экономии на издержках, в виду чего в ближайшее время может произойти консолидация рынка спортивных товаров России и ООО «Адидас» сможет укрепить своё положение на нём.

Список использованной литературы:

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. – 4 - е изд., доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2012 – 416с.
2. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика 3 - е изд. / В.В. Ковалев – М.: Проспект, 2016. – 1104 с.

3. Жуковская, С.В. О некоторых особенностях проведения анализа активов предприятия. / С.В. Жуковская, М.С. Оборин // Известия ИГЭА – 2014. – № 1 (93). – С. 40 - 45.

4. Бухгалтерская отчетность ООО «Адидас» 2015 г.: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh/2015/7714037390>

© Д.В. Тоузаков, 2017

УДК33

Рыкун Г. Н.

д.и.н., профессор,
профессор кафедры туризма и гостиничного дела
Институт сервиса, туризма и дизайна
(филиал) ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский
федеральный университет», г. Пятигорск.

Тютюнникова В.О.

студентка 2 курсанаправления подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»
Институт сервиса, туризма и дизайна
(филиал) ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский
федеральный университет», г. Пятигорск.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГОТУРИЗМА В СЕВЕРО - КАВКАЗСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Направления для туризма на современном рынке представлены в самом широком ассортименте. В последние годы все более высокую востребованность в России получает деловой туризм. Под этим понятием подразумеваются путешествия с рабочими целями, не влекущие за собой получения доходов.

Это могут быть всевозможные поездки для участия в разнообразных научных конференциях, семинарах, выставках, и многих других мероприятиях Разновидностиделового туризма [1, с.54].

Несмотря на то, что деловой туризмпредставляет собой достаточно широкое понятие, можно выделить следующие егоразновидности:

- деловые встречи;
- поощрительные (стимулирующие) поездки;
- выставки;
- конгрессы.

Международный Совет по туризму и путешествиям (WTTC) отнес Россию к десяти Топ–странам, где до 2017 года спрос на туризм и поездки будет расти. В Топ–10 вошли (список составлен исходя из объема авиапассажиров по стране): США, Китай, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Испания, Италия, Россия, Канада. При этом по данным Международного Валютного Фонда, число деловых поездок со стороны россиян

будет расти темпами, превышающими среднемировые. Для большей убедительности приведем данные, опубликованные организацией SabreTravelNetwork. (таблица 1)

Мировой объем рынка делового туризма

Страна	Период до 2008 г. (млрд. долл. в год)	Во время кризиса 2009–2011 гг. (млрд. долл. в год)	Период 2012–2014 гг.(млрд. долл. в год)
Германия, Франция, Великобритания	Более 100	70–80	Более 100
Китай, Индия, Япония	200	220	280
США	275	235–240	250

Если говорить про данное направление туризмиаособенностях егоразвития в нашей стране, нельзя не уточнить, что не менее 70 % от общего числа путешествий приходится на индивидуальные бизнес-поездки. Оставшиеся проценты примерно в равных долях делят между собой конгрессный туризм, семинары и конференции, выставки и интенсив-туры. На рынке делового туризма имеется несколько безоговорочных лидеров.

В первую очередь это «азиатские тигры», экономика которых занимает одно из ведущих мест в мире по потоку деловых туристов, страны Европы –Франция, Германия, Италия, Великобритания, США, ведущие государства Южной Америки. Российские компании также часто посылают своих сотрудников и в страны бывшего СССР, а также в ближайшие дальневосточные страны –в Китай и Японию.

Статистика утверждает, что каждодневные расходы бизнесмена, отправляющегося в поездку, как минимум, в 3 раза превышают расходы обычного туриста. А поскольку деловой туризм– сфера услуг достаточно серьезная и предполагающая разные мероприятия по подготовке путешествия, нет ничего удивительного в том, что число компаний, выбирающих в качестве основного данноенаправление туризма, растет практически в геометрической прогрессии. Деловые туры по понятным причинам относятся к сегменту индивидуального туризма: специфика поездки подразумевает составление личной программы –от бронирования авиабилетов и отеля до составления графика встреч, обеспечения трансфером и дополнительной культурной программой. Предоставлением деловых туров занимаются такие туроператоры как: TravelRepublic, Машук, TUI, PegasTouristik, Discovery, TezTour.

Типичный покупатель услуг в сфере бизнес-туризма – этообычно мужчина средних лет, имеющий высшее образование, занимающий руководящую должность в своей области деятельности или являющийся высококвалифицированным специалистом. Как правило, такой турист достаточно хорошо владеет одним (чаще английским) или несколькими иностранными языками. Основной мотивацией для совершения путешествия для него является профессиональная или производственная необходимость.

К основным целям совершения деловых путешествийотносится:

- проведение встреч и переговоров с партнёрами;
- проведение совещаний с руководством и коллегами, представителей филиалов и дочерних структур;
- инспекция работы представительств и филиалов;

- установление и налаживание деловых контактов;
- посещение профессиональных мероприятий (выставок, конференций и т.д.);
- обучение сотрудников;
- обращение в государственные структуры различных стран, с целью получения сертификатов, лицензий, разрешений и т. д. (заключение договоров, налаживание международных связей, и т.д.).

В качестве дополнительных мотивирующих факторов может быть названо желание немногочисленно отдохнуть, получить новые впечатления, наладить контакты со своими коллегами. Данный вид делового туризма называется *Vleasure*– туризм. Турист, прибывший с деловыми целями, может не только получить приятные впечатления от своей поездки, но и повысить уровень своего здоровья. Данное направление активно развивается в курортных городах с развитой рекреационной базой. Кавказские Минеральные Воды являются одними из наиболее подходящих курортов для развития данного вида туризма. В южной части Ставропольского края, в пределах Центрального Кавказа расположен крупнейший рекреационный район нашей страны – Кавказские Минеральные Воды, объединяющий четыре города–курорта федерального значения – Кисловодск, Пятигорск, Ессентуки, Железноводск.

Кавказские Минеральные Воды являются крупнейшим и уникальным регионом Российской Федерации, который по своим природно–климатическим и лечебным ресурсам не имеет аналога на всем Евразийском континенте. Каждый город КМВ уникален и обладает уникальными ресурсами для оздоровления [2, с.35].

Ежегодно город–курорт Кисловодск принимает до 250 тыс. человек. Это создает дополнительные рабочие места. В санаторно–курортной сфере работают около 10 тыс. жителей Кисловодска. В городе–курорте Кисловодске на данный момент функционируют 105 здравниц 39 санаториев, 12 пансионатов, 4 клиники, 1 оздоровительный детский лагерь, 49 гостиниц. Минеральные ресурсы города очень разнообразны, обладают лечебными свойствами и каждый год притягивают все большее количество отдыхающих и туристов. Отметим, что Кавказские Минеральные Воды группа курортов федерального значения в Ставропольском крае Правительством РФ определен порядок действий по реализации плана комплексного развития города–курорта Кисловодска до 2030 года. На сегодня определен перечень объектов, которые будут построены или отремонтированы в 2017 году, с финансированием 982 млн. рублей. На поток деловых туристов может оказать влияние вступление Кисловодска в Европейскую Ассоциацию исторических городов–курортов, в которую входят также Виши (Франция), Бат (Англия), Сальсомаджоре (Италия).

Регион Кавказских Минеральных Вод также обладает всей необходимой инфраструктурой, так важной для развития *Vleasure* туризма. Минеральные Воды – транспортный центр Ставрополья. Важный в стратегическом отношении железнодорожный, воздушный, автотранспортный узел на Северном Кавказе. Наличие бизнес центра в отеле Интурист, а также в отеле «Бештау» в г. Пятигорске, региональный бизнес – центр, *Forghclub* и т.д. А также проведение международных выставок и форумов. Машук – самый крупный, международный, летний форум, который объединяет представителей разных национальностей, городов и даже стран.

Пятигорск является столицей СКФО, поэтому ежегодно здесь проходит масса международных конференций, посвященных различным темам. Одной из таких является П

Международная междисциплинарная конференция «Достижения современной науки и образования» (16 июня 2017 г. –16 июня 2017 г), а также Международная научно–практическая конференция «Евразийская лингвокультурная парадигма и процессы глобализации: трансфер культур, русско - кавказские связи» (18 мая 2017 г. –19 мая 2017г.).

Что касается развития инфраструктуры края, в Ставропольском крае до 2025 года будут реализованы следующие инвестиционные проекты:

- строительство регионального конгресс–центра в г. Кисловодске;
- многофункциональный выставочный комплекс «Пятигорск–ЭКСПО» в г. Пятигорск;
- строительство многофункционального выставочно–конгрессного комплекса «Новый мир» в г. Лермонтов;
- строительство многофункционального выставочного комплекса в Минераловодском районе.

Несмотря на то, что бизнес–туризм в нашем регионе – явление относительно новое, он весьма активно развивается. Развитие делового туризма на Кавказских Минеральных Водах является приоритетной задачей для российского правительства. Были созданы концепции по развитию нашего региона (Стратегия развития туризма в Ставропольском крае до 2030 года).

Под Стратегией развития туризма в Ставропольском крае понимается взаимосвязанная по задачам, сроком осуществления и ресурсам совокупность мероприятий организационного, правового и экономического характера, обеспечивающая эффективное решение проблем динамичного и устойчивого развития туризма в регионе. Положения настоящей Стратегии должны стать основой для определения места и роли сферы туризма в экономике Ставропольского края, а также для реализации основных задач развития делового туризма, стоящих перед органами государственной власти региона. Также в положении, описывается необходимость содействия появлению и развитию региональных гостиничных брендов.

Таким образом, Северо - Кавказский федеральный округ обладает всеми возможностями для развития различных видов туризма и в особенности Bleasure туризма. Придерживаясь данным темпам развития, уже в самом обозримом будущем, по качеству организации деловых поездок Северо - Кавказский федеральный округ сможет эффективно конкурировать со многими европейскими государствами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма.–Ростов–на–Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Деловой туризм и индустрия МІСЕ в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции (практический опыт). – М.: Импринт, 2004.–276 с.
3. Узденова, С.Б. К некоторым вопросам современного состояния санаторно - курортной отрасли КМВ / С.А. Салпагаров, С.Б. Узденова // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2016. № 115 - 1. – С. 205 - 209.
4. Узденова, С.Б. Некоторые аспекты туристического образования для развития публичной дипломатии / С.Б. Узденова, Казначеева А.А. // Кавказ в начале XXI века: народы, общество и государство. – 2016. – С. 253 - 258.

5. Карташева О.А., Черяхчиева А.А. История развития туризма В КЧР / Карташева О.А. // Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2015. № 4 (19). С. 68 - 73.

6. Карташева О.А., Климова Н.Ю. Роль музейного строительства в развитии туризма на КМВ / Карташева О.А. // Современная наука и инновации. 2015. № 1 (9). С. 10 - 15.

7. Меняйлов А.А., Щербакова Д.А., Кучиева Э.Ю. Венчурное инвестирование в гостиничный бизнес / А.А. Меняйлов // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы – 2016. – С. 173 - 178

8. Меняйлов А.А., Карибова М.И., Кцоева М.В. Этапы развития сервисной деятельности в России / А.А. Меняйлов // Современные технологии в мировом научном пространстве – 2016. – С. 47 - 51

© Рыкун Г.Н., 2017

© Тютюнникова В.О., 2017

УДК 332.8

Н.А. Рябоконе к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

А.С. Усачева студент 3 курса факультета экономики, сервиса и предпринимательства
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

Г. Шахты, Российская Федерация

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ ЖИЛИЩНО - КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

На сегодняшний день не приостанавливается увеличение строительства нового жилья, в частности многоэтажного, вследствие чего повышается потребность в его обслуживании. И уже все жители многоквартирных домов не могут обойтись без отопления, подачи горячей и холодной воды, канализации и т.д. Этим и многим другим занимается жилищно - коммунальное хозяйство или сокращенно ЖКХ.

В целом, жилищно - коммунальное хозяйство — это комплекс подотраслей, обеспечивающий функционирование инженерной инфраструктуры различных зданий населенных пунктов, создающий удобства и комфортность проживания и нахождения в них граждан путем предоставления им широкого спектра жилищно - коммунальных услуг, например, таких как: водоснабжение, теплоснабжение, электроснабжение, водоотведение, капитальный ремонт дома, сбор и вывоз мусора и т. д. [1].

Но стоит отметить главное, что вместе с тем, на данный момент по России ЖКХ является одной из наиболее проблемных сфер. «Слабое развитие конкуренции на рынке управляющих организаций обуславливает низкое качество жилищно - коммунальных услуг, предоставляемых населению, и их высокую стоимость. Еще одной важной

проблемой является отсутствие действенного контроля со стороны муниципальных образований за деятельностью организаций, осуществляющих эксплуатацию и обслуживание общего имущества в многоквартирном доме. Это в свою очередь является следствием отсутствия у муниципалитетов реальных рычагов влияния на эти организации», – такими словами описывает состояние ЖКХ В. Г. Хайруллина [2, с.42]. То есть главным определяющим фактором является развитие конкуренции, а, следовательно, и конкурентоспособности, что и повествует нам Э. Ю. Черкесова: «Проблема конкурентоспособности значительна, так как носит многоцелевой и всемирный характер»[4, с.191]. К основным проблемам еще отнесем коррупцию, и ни так как низкое качество услуг, как было упомянуто выше, связанное скорее с нежеланием выполнять свою работу достойно, здесь еще есть низкий профессионализм работников. К примеру, большинство управляющих организаций всю работу по содержанию многоквартирных домов (МКД) отдали на откуп подрядчикам, а те в свою очередь нанимают дворников и уборщиц из стран ближнего зарубежья. «Электрикой» и сантехническими работами, как правило, занимаются сотрудники невысокой квалификации, потому что средняя заработная плата работников отрасли не дотягивает до уровня работников крупных и средних предприятий. Все это и приводит к низкому качеству работ и услуг по содержанию домов и жалобам граждан на управляющие компании [3].

Ряд предложений, носящих прикладной характер, можно рекомендовать к внедрению.

1. Проблемы на региональном уровне. Тут в отличие от Москвы, где существует единое министерство строительства и ЖКХ, взять другую область, например Иркутскую, здесь уже два разных министерства: министерство строительства, дорожного хозяйства и министерство жилищной политики, энергетики и транспорта. И получается, что необходима реформа управления жилищной сферой региона.

2. Поскольку разбиты профильные министерства, разбиты и общественные советы при них. Деятельность таких советов часто остается без внимания органов власти. Чтобы повысить ответственность руководителей региона, необходимо выработать инструменты и методы государственно - общественного регулирования жилищной сферы на местах: образовать государственно - общественный орган под руководством заместителя губернатора с участием председателей профильных общественных советов при министерствах, фонда капитального ремонта, ОНФ и других организаций.

3. Следует продолжить законодательные изменения, позволяющие в очень сжатые сроки менять одну управляющую компанию на другую.

4. При низком уровне профессионализма работников жилищной сферы, необходимо развить систему оценки профессиональных квалификаций, как руководителей управляющих компаний, так и рядовых работников.

Всех этих проблем можно избежать, только с комплексным решением проблем в ЖКХ – от улучшения образования до изменения системы регулирования процессов в регионе, с выходом на повышение удовлетворенности населения качеством оказываемых работ и услуг. Что может снизить накал во взаимоотношениях между населением и властью. Только личная и безусловная ответственность руководителей и их заместителей в регионах сможет сдвинуть отрасль с мертвой точки.

Список использованной литературы:

1. Жилищно - коммунальное хозяйство [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/916137> (дата обращения 23.04.2017).
 2. Хайруллина В.Г. Системный подход к решению проблем в сфере ЖКХ // Вестник УГА - ЭС. Наука, образование, экономика. Сер. Экономика. 2014. No 1 (7). С. 42 - 45.
 3. Проблемы в сфере жилищно - коммунального хозяйства и пути их решения [Электронный ресурс]. URL: <http://m.gkh.ru/article/101883-problemy-v-sfere-jilishchno-kommunalnogo-hozyaystva> (дата обращения 30.04.2017).
 4. Черкесова Э.Ю., Гайдатова В.В. Повышение конкурентоспособности предприятий розничной торговли // Научно - методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 17. – С. 191 - 195. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/46198.htm>. (дата обращения 1.05.2017).
- © Н.А.Рябоконь, А.С.Усачева, 2017

УДК 33.338

И.Н.Хабибуллин

Набережночелнинский институт КФУ

г. Набережные Челны, Республика Татарстан, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ

Аннотация: Государственная служба в современной России является очень важным видом деятельности и конституционно - правовым институтом. Именно её эффективность определяет показатели достижения важнейших государственных задач, выполнение программ и стратегий развития страны. Для стабильного роста благополучия государства, нужна слаженная и грамотная работа системы государственной службы. Этого невозможно добиться, если у данного вида деятельности не будет в наличии хорошая кадровая политика.

Ключевые слова: государственная служба, система государственной службы, кадровая политика в государственной службе.

Государственная служба в современной России является очень важным видом деятельности и конституционно - правовым институтом. Именно её эффективность определяет показатели достижения важнейших государственных задач, выполнение программ и стратегий развития страны. Для стабильного роста благополучия государства, нужна слаженная и грамотная работа системы государственной службы. Этого невозможно добиться, если у данного вида деятельности не будет в наличии хорошая кадровая политика [1, с.211].

В общих чертах, кадровая политика в государственной службе на сегодняшний день - это определенная деятельность государственных структур и специально уполномоченных лиц, по поиску, проведению отбора, приема на работу и дальнейшего обучения и развития персонала на государственной службе. Так же, в определенном смысле, кадровую политику

можно охарактеризовать как совокупность общепринятых и широко используемых приемов, методов и мероприятий по отбору и совершенствованию персонала.

Естественно, каждый руководитель и государственная структура, при проведении кадровой политики, действует по - своему и ориентируется на разные результаты. Однако, несмотря на это, в современной России имеется ряд проблем в данной области, которые присущи всей системе государственной службы и, в какой - то мере, касаются каждого служащего и структурного подразделения[2, с. 101].

Наиболее распространенными проблемами являются:

- несоответствие заработной платы уровню ответственности и возложенных полномочий на служащего;
- большая текучесть кадров;
- высокий уровень коррупционных факторов;
- низкий уровень профессионализма сотрудников.

Все эти проблемы взаимосвязаны между собой и порой порождают друг - друга. Рассмотрим каждый из них по - отдельности и попытаемся найти способы их решения[7, с .65].

Для начала необходимо развеять миф о том, что у всех государственных служащих высокие зарплаты и шикарные условия труда. Хотя со стороны может и казаться, что государственные служащие поголовно имеют высокие зарплаты и хорошие условия, но на практике все иначе. Возможно, непонимание со стороны населения данной проблемы и не позволяют государству как то улучшить условия и повысить зарплаты. Так как в глазах обычного гражданина государственные служащие и так имеют достаточно привилегий и наоборот нужно выделять им меньше средств. Но отнюдь данное положение дел относится лишь к довольно узкому кругу высших руководителей, а на исполняющих должностях ситуация не отличается от общей ситуации по стране. Именно на них - исполнителей возложена вся основная работа. Они практически полностью зависят от своего руководителя и структуры, в котором находятся. Нередко таким сотрудникам приходится выполнять работы, которые не относятся к их должностной компетенции, но при этом, никаких надбавок за это они не получают. После того, как сотрудник проработает определенное время государственным служащим, его такое положение начинает не устраивать и он подает на увольнение[3, с.93].

В следствии этого мы получаем вторую, ранее упомянутую нами проблему - высокий уровень текучести кадров. Высокий уровень текучести кадров на государственной службе особенно сильно заметен на так называемых «младших должностях» - на уровне простых специалистов. Данное явление обусловлено несколькими факторами. Во первых, многие молодые специалисты поступают на государственную службу только для получения первоначального опыта и стажа, а потом довольно быстро уходят работать в коммерческую сферу, где условия труда и уровень зарплат намного выше, чем на государственной службе. А для тех, кто всё таки остался и дальше работать, фактически очень сложно перейти на категорию выше, из - за того, что старые сотрудники «крепко держатся» за свои места и текучесть руководящего состава напротив довольно низкая. Отсутствие перспектив и сложные условия вынуждают работников долго не задерживаться на государственной службе и тем самым порождают описанную нами ситуацию. С другой стороны, на рынке труда достаточно много лиц, которые заинтересованы поступлением на государственную

службу. В основном это молодые люди, которые только окончили ВУЗ и ещё не совсем знают реальное положение дел. Но и в этом случае у них возникают определенные трудности. Дело в том, что поступить на государственную службу намного сложнее, чем на другую работу в иных сферах. Высокие требования к соискателям, хоть и логически обоснованные, но при этом являются большой преградой для молодежи. Это является фактором для возникновения следующей проблемы - высокой уровни коррупциогенных факторов [4, с. 432].

Коррупциогенные факторы в кадровой политике обусловлены тем, что в современных условиях довольно сложно получить высокую должность или определенное место в государственной службе. Широко распространена практика, когда место получают по блату, родству или же благодаря коррупции - взятке. В итоге, в схему оказываются вовлечены как работник, так и работодатель (начальник), что несомненно лишь способствует тому, что данный факт будет скрываться обоими сторонами. Как следствие, из этого вытекает следующая проблема[5, с.21].

Получение рабочих мест благодаря родству, коррупции и иным незаконным факторам в итоге приводит к тому, что рабочие места занимают непрофессионалы. Именно такие сотрудники надолго «засиживаются» на своих местах и не беспокоятся о качестве работы. Всё потому, что у работодателя, «связаны руки», так как он сам изначально повязан с таким работником коррупционными и иными связями. И к сожалению, такая вот «взаимосвязанность» может пронизывать всю структуру от верхов до низов. Получается определенная «круговая порука» или даже «клановая структура», в которой каждому выгодно прикрывать другого. В итоге, наблюдается низкая эффективность и отсутствие положительных результатов [6, с. 211].

Как мы могли удостовериться, проблемы кадровой политики в системе государственной службы в нашей стране имеют четкую взаимосвязь и требуют комплексного решения. Хоть на законодательном уровне и есть акты, которые призваны решать эти проблемы, на практике они соблюдаются довольно плохо. Поэтому, необходимо усилить контроль в данной сфере, а именно:

- уравновесить уровень ответственности, полномочий с материальным обеспечением государственного служащего;
- поддерживать и всячески поощрять молодых специалистов с профильным образованием, предоставлять им достойные условия труда;
- избавиться от «клановости» и «круговой поруки» в системе государственной службы, установить общественный контроль;
- разработать и внедрить новые способы и методы проверки профессионального соответствия государственных служащих, улучшить систему образования и повышения квалификации.

Конечно же, всего этого не возможно добиться, если не поменять само мышление и отношение общества к государственной службе. Только высокий уровень доверия со стороны общественности и при этом взаимная ответственность позволят улучшить кадровую политику и в целом эффективность государственной службы в Российской Федерации.

Список использованной литературы:

1. Антошина Н.М. Кадровая политика на государственной службе / Н. М. Антошина. – Саратов: Поволжская акад. гос. службы, 2010. – 298 с.
2. Вечер Л.С. Государственная кадровая политика и государственная служба : учеб. пособие / Л.С. Вечер. – Минск: Выш. шк., 2013. –352 с.
3. Иванова Е.Ю. Государственная кадровая политика: сущность и актуальные проблемы / Е.Ю. Иванова // Социально - экономические явления и процессы. – 2011. – № 1. – С. 92–97.
4. Черепанов В.В. Основы государственной службы и кадровой политики: учебник для студентов / В.В.Черепанов. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2012. – 679 с.
5. Шамарова Г.М. Государственная и муниципальная служба: Учебное пособие / Г.М. Шамарова, Н.М. Куршиева. – М.: НИЦ ИНФРА - М, 2014. – 208 с.
6. Захарова Т. И. Государственная служба и кадровая политика: учебное пособие / Т.И. Захарова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 312 с.
7. Тараненко О. Н. Основы управления персоналом: учебное пособие / О.Н. Тарасенко. – СКФУ, 2015. – 129 с.

© И.Н.Хабибуллин, 2017

УДК 336

Хаммуд Али
магистрант 2 курса
направления подготовки «Менеджмент»
ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова
Санкт - Петербург, РФ
nv221@yandex.ru

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В ТРАНСПОРТНО - ЭКСПЕДИТОРСКИХ КОМПАНИЯХ

Транспортно - экспедиторские компании, использующие в настоящий момент различные методы и приемы риск - менеджмента, в процессе выбора конкретных способов управления сталкиваются в силу существующих условий с определенными проблемами. К примеру, неоднозначным является применения такого метода передачи рисков, как страхование ответственности экспедитора.

В рамках данного вида страхования могут быть переданы следующие виды рисков: ответственность экспедитора за груз; ответственность перед правомочным лицом за финансовые потери; ответственность экспедитора перед таможенными органами, возникающая вследствие нарушения таможенного законодательства. Страховая премия устанавливается в размере 1,2 - 1,8 % от суммы годовой выручки (без НДС) за год (полугодие, квартал), предшествующие заключению договора страхования.

Для экспедитора передача риска на основе страхования ответственности не всегда целесообразна так как:

- ответственность экспедитора неограниченна, в соответствии с законодательством РФ;
- при привлечении прямого перевозчика сложно доказать связь между ним и экспедитором;
- многие из страховщиков на практике широко используют различные схемы, нацеленные на не выплаты по страховым случаям, что объясняется убыточностью страхования экспедиторской деятельности.

Н.В. Чернышевой в публикациях, посвященных данной проблеме отмечается, что «учитывая несовершенство законодательства и недостаточную компетенцию некоторых участников рынка, отказ в выплатах обосновать достаточно легко» [3].

С нашей точки зрения, страхование ответственности в ТЭК, в ряде случаев, целесообразно заменить формированием резервного фонда. Это позволит компании увеличить объем отправок (привлечь клиентов) за счет гарантированного возмещения ущерба; исключить расходы на страхование; в случае, если страховая компания не оплачивает по тем или иным причинам ущерб грузовладельцу – компенсировать ему ущерб и удержать клиента, что весьма актуально в условиях высокой конкуренции на рынке транспортно — экспедиторского бизнеса.

В современной практике применяется два варианта методики формирования фонда риска в транспортно - экспедиторских компаниях. Первый заключается в увеличении ставки за услуги экспедитора, учитывающий величину фонда риска. Второй вариант предусматривает формирование фонда риска при неизменном тарифе, а именно, за счет отчислений в фонд риска из дохода компании.

На наш взгляд, в современных условиях, когда для подавляющего большинства клиентов ТЭК основным фактором выбора является цена услуг, включение в тарифную ставку премии за риск нецелесообразно по причине неизбежно последующим за этим снижением конкурентоспособности компании. Поэтому предпочтительным является второй вариант.

Риск недобросовестных или ошибочных действий как основного, так и управленческого персонала и риск роста транспортных и логистических расходов, возможно минимизировать путем приобретения инструментов дистанционного управления транспортными парками [2].

Учитывая, что предпринимательский риск подразумевает не только потери, но шансы, представляется целесообразным внедрение в практику управления рисками инновационных направлений.

Одним из таких методов является конкурентная разведка (бизнес — разведка). Она представляет собой сбор и обработку данных из различных источников для принятия управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности компании и снижения уровня рискового фона. Следует отметить, что проводиться она должна исключительно в рамках соблюдения закона и этических норм.

В связи с активным развитием информационных технологий организация бизнес - разведки технически и финансово доступно для бизнеса любого масштаба и всех отраслей экономики.

В настоящее время эффективная конкурентная разведка предполагает исследование как внешней, так и внутренней среды в которой компания осуществляет свою деятельность. В ходе ее проведения анализируются возможные политические и законодательные риски, риски персонала, новые технологии, клиенты и поставщики предприятия.

Таким образом, использование данного инструмента риск - менеджмента позволяет решать следующие задачи:

- обеспечение немедленного реагирования компании на изменения окружающей среды;
- информационное обеспечение процесса принятия управленческих решений, как на стратегическом, так и тактическом уровне;

- предоставление сведений о потенциальных угрозах бизнесу;

- выявление благоприятных возможностей для бизнеса;

- выявление попыток недобросовестной конкуренции.

Внедрение конкурентной разведки может являться ключевым фактором успеха в таких сферах как:

- получение конкурентного преимущества в тендерах;

- совершенствование процесса идентификации потенциальных рисков и шансов:

- осуществление инвестиционной деятельности;

- минимизация коммерческих рисков компании;

- получения синергетического эффекта от слияний и поглощений.

Важным является тот факт, что бизнес - разведка не требует больших постоянных затрат, и при этом дает явные преимущества, которые не способно обеспечить ни одно структурное подразделение компании.

Для транспортно - экспедиторских компаний, большинство из которых в силу объективных причин и специфики бизнеса постоянно нуждаются в мониторинге внешней среды, на наш взгляд, необходимо создание либо собственного аналитического отдела (для крупных компаний), либо включение в штат конкретного специалиста (для малого и среднего бизнеса).

Таким образом, комплексное применение методов конкурентной разведки, в сочетании с её невысокой стоимостью и простотой организации может реально способствовать повышению эффективности деятельности транспортно - экспедиторских компаний, своевременному выявлению ее сильных и слабых сторон, осуществлению поиска новых шансов для дальнейшего функционирования.

Необходимо отметить, что каждый из перечисленных методов риск - менеджмента имеет как определенные преимущества, так и недостатки. Поэтому, по нашему мнению, целесообразно использование определенных комбинаций инструментов управления риском, а оптимальная политика управления риском должна быть такой, чтобы предельные затраты на её проведения не превышали результатов от её использования.

Список литературы

1. Легостаева Н.В. Управление рисками в транспортно - экспедиторских компаниях / Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук Санкт - Петербургский государственный университет водных коммуникаций. Санкт - Петербург, 2011

2. Легостаева Н.В. Классификация предпринимательских рисков в транспортно - экспедиторских компаниях // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2009. № 5 (32). С. 419 - 420.

3. <http://www.sovtransavto.ru>

© Али Хаммуд 2017

УДК 338

Хитров И. В.

Студент 1 курса ФУ

г. Санкт - Петербург, СПбГЭУ

Боркова Е. А.

к.э.н., доцент кафедры «Общей экономической теории

и истории экономической мысли»

г. Санкт - Петербург, СПбГЭУ

THE ROLE OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE FINANCIAL SYSTEM THE REGION

In the modern world, the role of small business in the economy is strange, and in Regional products of economic activity of small business have A significant share in the GRP. In the Russian Federation, the question is still topical Development of small and medium - sized business in the context of the ongoing Economic and financial crisis, as well as high monopolization of regional Markets. At present, the position of the "middle class" has not received its Further development in the country, which directly affects the quality of on the consumer market of goods, works and services Monopolistic competition. Considering the region as an economic subsystem in All countries of the world, for today's conditions, an important momentum in the development Business Economics should face new challenges in development and support Few business. Looking deep into the economic history of the countries of the world, you can to state an economic fact that during the collapse of the monetary policy, Inflationary shocks, the onset of economic stagnation, the most mobile and flexible The subject of economic relations in resolving economic conditions was a small business. There are several reasons for this: - high mobility of factors of production, that is Their high rate of functional redistribution in comparison with the large business; - low costs for the reorganization of production; - short time lag When preparing and creating a new product; - low probability of overproduction in communication with the changed consumer demand. At the moment in the economy the subject of market relations is the most mobile in the financial and the economic crisis. In this regard, the issue of development and support of small Entrepreneurship for states should come first. For getting the positive impact of the growth factor in the country's economy, and in The concrete economy of the region, an actual state policy Area of development of small and medium - sized businesses in accordance with new The current economic conditions, to represent a whole range of activities Legal, political, economic, social, information, Consultative, educational, organizational nature, which should be Control over ensuring high economic performance in the region. Russia's accession to the WTO dictated new

guidelines for economic development Countries, including for business Determination of the position in the division of labor. It's no secret that the main factor affecting on the development of small business, is a favorable competitive environment. Due to the international market expanded with Russia's accession to the WTO, for small businesses Maintaining competitiveness with respect to products of foreign and Domestic manufacturers became even more relevant. The main objectives of the state The policy in the field of development and support of small business became the most important task, Therefore, in order to create an enabling environment for business management State power and the local population Tasks: - creation of a competitive environment in the region's economy for small and medium - sized businesses; - toughening of antimonopoly policy; - Strengthening of the Carrying out "protectionism" for small and medium - sized businesses in the region; - tightening Implementation of anti - dumping policy; - the formation of new professional The ability of human resources, as factors of production, to meet their New requirements to the quality of training for conducting economic activity Activities in the context of the WTO; - creation and maintenance in the necessary state Innovative infrastructure for small business for production purposes Competitive products. Analyzing the experience of small business development In the regions of the country, I want to note the tendency of insufficient rigid and Timely implementation of measures to maintain the competitiveness of small Entrepreneurship by regional and local authorities Self - government. The reasons for such a negative state in the regions are: - Lobbying of interests of big business through state authorities and Local population; - not interested in direct support and Insufficient funding from the authorities State support of small business; - corruption; - not complete enough and Economically sound development of targeted business development programs region; - not timely, non - standard and non - standard management of mechanisms Economics of administrative methods. - not effective application of budget - Tax and monetary policy in the region. In the course of a brief analysis of the reasons, Braking development of small and medium biomes.

Список литературы

1. Боркова Е.А., Городкова С.А., Ватлина Л.В., Никифоров А.А. Мониторинг экономического состояния региона на пути инновационного развития России. Монография в 2 частях / Чита, 2015. Том Часть 1. – 190 с.
2. Боркова Е.А., Городкова С.А., Ватлина Л.В., Никифоров А.А. Мониторинг экономического состояния региона на пути инновационного развития России. Монография в 2 частях / Чита, 2015. Том Часть 2. – 200 с.
3. Алпатов Г.Е., Боркова Е.А., Герман Л.А., Гончарова Е.Н., и др. ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ. Коллективная монография / Санкт - Петербургский государственный экономический университет. Санкт - Петербург, 2014.
4. Боркова Е.А. Анализ развития инвестиционной деятельности в Ленинградской области. Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2014. № 1 (68). С. 37 - 42.
5. Боркова Е.А. Использование динамической модели оценки инвестиционного климата в управлении инвестиционными процессами.
6. Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 5 (64). С. 19 - 24. Монография
© Хитров И. В., Боркова Е. А., 2017

НОЧНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА

Идея условного деления экономики на ночную и дневную начала применяться и получила свое развитие в течение последних пяти лет. Одним из первых последователей идеи, глубоко ее развивших, был Мирик Милан, мэр Амстердама, который в 2016 году опубликовал свою статью в журнале The Guardian[1]. После этого события идея "ночной экономики" получила распространение среди значительной массы экономистов и научных деятелей, что подтверждается резко возросшим количеством публикаций в различных средствах массовой информации, включая журнал Fortune[2], PBS NewsHour[3], статьи появлялись в журналах по всему миру: в Торонто (Канада)[4], Берлине (Германия)[5], Южной Африке[6] и Сиднее (Австралия)[7].

Движение в направлении ночного управления фактически развивалось на протяжении десятилетий. Например, в Соединенном Королевстве процесс аккредитации Purple Flag установил стандарты для городских центров, которые предназначены для безопасной и эффективной ночной экономики. Многие местные органы власти имеют "ночного менеджера" по экономике, который координирует ресурсы, необходимые для обеспечения данной деятельности[8].

Администрация по представительским мероприятиям Эдмонта (Канада) имеет трех сотрудников для координации различных стратегий в области общественной безопасности, транспортных, гостиничных и деловых отношений в ночное время суток[9].

Новая ночная экономика, построенная вокруг предприятий общепита и развлечений, требует пристального внимания правительства и, как следствие, повышения требований к организациям, ведущих свою деятельность преимущественно в ночное время, в целях общественной безопасности.

Однако один человек, который служит в качестве ночного менеджера, не может заменить необходимость принятия плана действий сообщества на основе консенсуса. Для этого требуются партнерские отношения между заинтересованными сторонами в частном и государственном секторах.

Недавние исследования подтверждают ценность и потенциал роста ночной экономики. Если рассмотреть индустрию ночной жизни в лице ресторанов и развлечений; их составляющих, в том числе музыкальных мероприятий и алкогольных напитков; или сопутствующую экономическую деятельность, выраженную в транспортных и других услугах, то можно прийти к выводу, что этот сегмент бизнеса уверенно и успешно развивается, привлекая туристов, жителей и различные предприятия к активному участию в экономической деятельности.

Сан - Франциско, Калифорния. Отчет «Индустрия ночной жизни в Сан - Франциско: обновление 2016» показывает приток на 12 000 рабочих мест на предприятиях, ориентированных на осуществление деятельности в ночное время суток, в период с 2010 по 2015 год, что на 25 % больше, чем в прошлый период. Это немного превышает общий рост занятости, в то время как продажи выросли на 43 процента до 6 миллиардов долларов за тот же период[10].

Эдмонтон, Альберта. Этот город также провел сравнительное исследование между 2010 и 2014 годами. Прямые доходы в 2014 году с предприятий общепита и сферы развлечений и отдыха составили \$ 881 млн, а косвенные - 452 млн долларов - в общей сложности более \$ 1,33 млрд. в совокупном объеме денежных средств[11].

Это практически в два раза больше, чем в 2010 году (\$ 687 миллионов). Было также сопоставимое увеличение уровня занятого населения на 11 200 человек[11].

Вашингтон, округ Колумбия. В более узком масштабе анализ района Среднего города в 2010 году показал более чем 150 млн. долл. В годовом объеме продаж - 90 % после 5 часов вечера среди 90 предприятий. Потребителями продукции и услуг ночной экономики за год стали 11 000 человек, что обеспечивало более 3000 рабочих мест и образовало более 6 млн. долл. США в виде налога с продаж[12].

Эти показатели имеют первостепенную важность, поскольку местные органы власти сталкиваются с повышенным спросом на ночные услуги в целях поддержки роста социальной активности. Будь то дополнительные полицейские, контроль движения и парковки или проверки соблюдения правил ночного порядка, эти расходы могут быть компенсированы увеличением вклада, как экономического, так и социального, в хорошо управляемую ночную жизнь в центре города.

В условиях развития ночной экономики необходим должный контроль со стороны местных органов власти. Этот контроль включает в себя совершенствование в лицензировании предприятий развлечений и отдыха, ресторанного бизнеса, расширение инфраструктуры города, а также оказание поддержки начинающему бизнесу.

Для координации ресурсов между основными департаментами нужна прочная институциональная основа с выделенным штатом сотрудников. Эти ресурсы включают в себя полицию, службы пожарной охраны, обеспечение планирования, зонирования, лицензирования, также обеспечение определенного уровня контроля транспортного движения.

Комиссия по развлечениям Сан - Франциско, например, проводит всесторонний обзор места проведения развлекательных мероприятий по ряду факторов, учитывающих распространение алкогольных напитков, безопасность и рациональное управление. В 2015 году новое постановление требует, чтобы любое жилищное строительство, запланированное вблизи существующего места ночной жизни, содержало четкий план управления, включая строительные нормы для подавления звука с улицы[13].

Самоуправление города Чарльстон, Южная Каролина, разработало комплексный план передвижения по городу, который включает в себя повышение безопасности пешеходов и велосипедов, стратегически расположенных таксомоторов и выделенных для компаний транспортных сетей для сбора и высадки пассажиров[14].

Новый подход к поддержанию надлежащего уровня активности людей в зоне ночной экономики заключается в размещении мест для отдыха по улицам. Спрингфилд, штат

Миссури, оживил коммерческую зону, разместив более крупные развлекательные объекты вдали от жилых районов[15].

Когда зона активности городского населения выходит за пределы, предусмотренных для ведения ночной экономики территорий, некоторые администрации муниципалитетов закрывают улицы в выходные дни для движения автотранспорта, создавая более удобные условия для ведения ночных мероприятий. Зачастую это приводит к возникновению необходимости усиления полиции и безопасности, с целью предотвращения возможных нежелательных последствий.

Общественная безопасность – это больше, чем просто увеличение присутствия сотрудников полиции. Чтобы снизить определенные риски и повысить безопасность, местным органам власти необходимо наладить прочные партнерские отношения, от регулирующих и контролирующих агентств до учреждения департаментов со специально обученным персоналом.

Континуум связей и совместной ответственности ночных коммерческих организаций и органов местного самоуправления становится новой нормой в процессе обеспечения безопасности ночной экономики. От качества лицензирования бизнеса и соответствующей квалификации полицейских и пожарных зависит успешное функционирование всей системы ночной коммерции.

Регулярные мероприятия по обмену данными и координации совместных действий между различными организациями по безопасности населенных пунктов с представителями крупных коммерческих структур, задействованных в ночной экономике соответствующего региона, ведет к активной идентификации, выработке стратегий по снижению рисков.

Расширенное использование частных служб безопасности с выработкой и применением для этого особой системы требований и проверки уровня квалификации сотрудников, в некоторых случаях освобождает полицейских, что в значительной мере влияет на контроль улиц и потенциальные районы с высоким уровнем преступности.

Использование современных технологий способствует установлению более объективных критериев для поддержания порядка, повышения безопасности и применения в этих целях наиболее эффективных методов социального регулирования. Kings Cross, Австралия, входит в число городов, которые практикуют использования стационарных металлодетекторов в местах с высокой концентрацией предприятий, специализирующихся на ночных развлечениях и отдыхе[16].

Особое место имеет выработка стратегий по контролю распития алкогольных напитков, направленная на сокращение потребления алкоголя несовершеннолетними и снижение риска вождения в нетрезвом состоянии.

В отличие от традиционных розничных магазинов, торгующих одеждой или другими видами товаров, гостиничные предприятия, предлагающие продукты питания и алкогольные напитки и предоставляющие музыку и развлечения, имеют исключительные обязанности, требующие постоянного мониторинга и мотивации к соблюдению определенных условий.

Одним из ярких методов регулирования ночной экономики также является город Спрингфилд, штат Миссури, где были разработаны специальные правила лицензирования предприятий, деятельность которых особенно активна в ночное время, опирающиеся в

основном на бизнес - стратегию предприятия. Стратегия оценивается с учетом риска, часов работы и того, какие меры применяются в отношении алкоголя, безопасности, рационального управления и общественных отношений[17].

Сан - Франциско создал свою комиссию по развлечениям для рассмотрения заявок на любое мероприятие. Как и в Спрингфилде, требуется обзор плана.

В после время, когда развитие жилищного строительства в США приобретает все более большие масштабы, приближаясь, тем самым, к зонам активной ночной жизни населенных пунктов, появляется потребность в адаптации данных помещений к условиям ночной экономики.

Управление ночной экономикой требует особого внимания со стороны местных органов власти. Балансирование между необходимостью предоставления социальных предложений и необходимостью обеспечения общественной безопасности и соблюдения соответствующих требований законодательства может стать серьезной задачей. Независимо от того, нужен ли ночной менеджер, специалистам местного самоуправления придется планировать и регулировать развитие ночной экономики.

Список использованной литературы:

1. The stuff of night mayors: Amsterdam pioneers new way to run cities after dark // The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/cities/2016/mar/21/night-mayor-amsterdam-holland-mirik-milan-night-time-commission>.

2. Got a Noise Complaint? Call Your Night Mayor // Fortune. URL: <http://fortune.com/2015/11/23/london-night-mayor>.

3. Behind Amsterdam's thriving club scene, this 'night mayor' keeps the peace // PBS. URL: <http://www.pbs.org/newshour/bb/behind-amsterdams-infamous-club-scene-this-night-mayor-keeps-the-peace>.

4. TORONTO LOOKS TO APPOINT A NIGHT MAYOR // MixMag. URL: <http://mixmag.net/read/toronto-looks-to-appoint-a-night-mayor-news>.

5. How night mayors are proving the economic and cultural value of robust nightlife // Curbed. URL: <http://www.curbed.com/2016/9/6/12814920/club-nightlife-dance-music-night-mayor-club-commission>.

6. Our night mayors // BDLive. URL: <http://www.bdlive.co.za/opinion/2016/08/08/cities-must-see-the-light-on-night-economy>.

7. Sydney's competitions // Themusic. URL: <http://themusic.com.au/meta/info/contact-us>.

8. Welcome to the Purple Flag // ATCM. URL: <https://www.atcm.org/programmes/purple-flag/Welcome%20toPurpleFlag>.

9. This Is Who We Are - Public Safety Compliance Team // EDMONTON POLICE SERVICE. URL: http://www.edmontonpolice.ca/News/SuccessStories/TIWWA_PSCT.aspx.

10. Entertainment Commission // SFgov. URL: <http://sfgov.org/entertainment>.

11. Responsible Hospitality Edmonton // Edmonton. URL: <http://www.responsible%20hospitalityedmonton.ca>; https://www.edmonton.ca/city_government/initia%20tives_innovation/responsible-hospitality-edmonton.aspx.

12. City of Music Programs // Seattle. URL: <http://www.seattle.gov/filmandmusic/music-city-of-music-programs>.

13. Office of the Controller // SFgov. URL: <http://openbook.sfgov.org/webreports/details3.aspx?id=2357>.

14. The strategy of the movement // Cityoflivermore. URL: <http://www.cityoflivermore.net/citygov/cedd/%20downtown/default.htm>.

15. The Rise of Innovation Districts: A New Geography of Innovation in America // Brookings. URL: <https://www.brookings.edu/events/the-rise-of-innovation-districts-a-new-geography-of-innovation-in-america>.

16. King Cross // Justice. URL: <http://www.justice.nsw.gov.au/Pages/media-news/media-releases/2014/%20Id-scanners-kingscross.aspx>.

17. PUBLIC RESTROOM DESIGN ISSUES // American restroom association. URL: <http://www.americanrestroom.org/design/index.htm>

18. Джекобс Дж. Смерть и жизнь больших американских городов. М: Новое издательство. 2011. 338 с.

© Хэнсен П.В., 2017

УДК 338.2

П.В. Хэнсен,

студент

Института гуманитарных наук и искусств
Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б. Н. Ельцина
г. Екатеринбург, Российская Федерация

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ США

***Аннотация.** Данная работа рассматривает развитие малого предпринимательства на примере США. В статье выявляются и анализируются основные факторы, влияющие на развитие и сохранение жизнеспособности малого бизнеса в настоящее время.*

***Ключевые слова:** малый бизнес, факторы развития малого бизнеса, государственная поддержка предпринимательства, бизнес - инкубаторы.*

В настоящее время предприятия продолжают адаптироваться в условиях экономического кризиса и изобретать стратегии для решения задач экономического развития в динамичной экономической среде. Образование, инновационные сферы, государственная поддержка предпринимательства, защита бизнеса и использование государственных и частных инвестиций применяются для сохранения и создания новых предприятий. Зачастую государственная поддержка сосредоточена на решении проблем именно крупного бизнеса, не уделяя при этом достаточного внимания малым предприятиям. Такое положение дел распространено во многих странах мира.

По данным Управления малого бизнеса США (SBA), малые предприятия с численностью менее 500 сотрудников составляют 99,9 процента всех предприятий в

Соединенных Штатах и 97,7 процента всех экспортных компаний США. На них также приходится 48 процентов всех сотрудников в частном секторе[1].

Однако сохранение жизнеспособности малого бизнеса является сложной проблемой, охватывающей демографические сдвиги, молодежное предпринимательское образование, вопросы, связанные с финансированием, поощрением экономического развития, филантропию и многое другое.

Современное поколение, родившееся после 1981 года, представляют самую большую демографическую когорту текущего населения в Соединенных Штатах в соответствии с докладом 2014 года «15 экономических фактов о поколении Миллениума», выпущенным Советом экономических консультантов. Предпринимательство, однако, не столь же широко распространено среди поколения Миллениума. SBA отмечает, что тенденции указывают на то, что предпринимательство среди этого поколения будет оставаться относительно низким в течение десятилетий [1].

По словам Энтони Чирчирилло, главного исполнительного директора Chirch Global Manufacturing, Кэри, штат Иллинойс, критический элемент успешного роста и удержания малого бизнеса заключается в том, что существующие компании не имеют планы по особому подбору сотрудников, обладающих большими талантами и ресурсами. Необходимо развивать таланты, чтобы поддержать существующий малый бизнес, иначе из-за прекращающих свою трудовую деятельность представителей прошлых поколений, обладавших всеми необходимыми навыками и талантами для успешного развития предприятия, эта экономическая структура придет в значительный упадок[2].

В 2011 году организации Gallup и Operation HOPE создали ежегодный индекс для оценки заинтересованности и стремлений молодежи в области предпринимательства для удовлетворения будущих требований конкуренции в глобальной экономической среде. Согласно индексу Gallup - HOPE 2015 года, приблизительно пять из 1000 человек имеют «... исключительно редкий талант предпринимательства на гениальном уровне». Это означает, что более 90 000 студентов могут стать будущим ресурсом и катализатором для американской экономики. Индекс пришел к выводу, что учащиеся 5 - 12 классов стремятся быть будущими предпринимателями, но сегодняшнее образование не предусматривает развитие и поощрение предпринимательских способностей. Годовые результаты индекса демонстрируют уже созданные условия для возможного роста малого предпринимательства[3].

Маргарита Гелеске является исполнительным директором некоммерческой организации INCubatoredu, созданной специально для поддержки предпринимателей и представителей малого бизнеса. По ее инициативе была предпринята попытка создать специальный курс обучения для второкурсников и юниоров, который будет погружать студенческие команды в предпринимательство через аутентичный бизнес - инкубатор. Данный проект был предложен школе Barrington School District [4].

Майкл Майлз, соучредитель INCubatoredu, стремился интегрировать практическое обучение предпринимательству с высшим образованием. Он сотрудничал с преподавателями и предпринимателями, в итоге чего они сформулировали передовой учебный план, который посвящен практикам предпринимательства в различных университетах США. План также учитывает привлечение местных предпринимателей для оказания помощи в наставничестве[5].

Учебная программа была запущена в средней школе Баррингтона в 2013 году и является моделью, которую можно тиражировать и внедрять в любом образовательном учреждении, что может обеспечить серьезное увеличение заинтересованных в предпринимательстве молодых людей.

Некоторые школы приняли эту модель инкубатора, которая достигает кульминации в реальном опыте, когда команды составляют бизнес - планы и идеи для разнообразной группы бизнес - экспертов. Первым результатом таких инкубаторов стала команда из средней школы Данди - Кроун, расположенная в Карпентерсвилле, штат Иллинойс, которая выиграла конкурс INCubatoredu National Pitch 2016 года. Бизнес - проект команды был связан с использованием отходов предприятий общественного питания для переработки в органические удобрения[6].

Через некоторое время, осенью 2016 года, по учебной программе INCubatoredu обучалось уже более чем 2000 учеников в 75 школах восьми штатов. Компания также создала предпринимательские программы для начальных школ. Чтобы сделать эту программу реальностью в округе МакГенри, штат Иллинойс, некоторые крупные местные компании начали оказывать финансовую помощь данному проекту, что свидетельствует о важности филантропии в местных сообществах, стремящихся способствовать будущему экономическому росту, инвестируя в более молодые поколения[7].

В соответствии с рейтингом SBA, 50 процентов малых предприятий США терпят неудачу в течение пяти лет своего существования. Одним из основных факторов этого явления является финансирование и доступ к капиталу. Малые предприятия ищут инвестиций главным образом для финансирования первоначальных расходов, приобретения оборудования, расширения и увеличения своей производственной базы. SBA также утверждает, что приблизительно 73 процента малых предприятий имели стороннее финансирование в 2015 году. Пятьдесят семь процентов новых предприятий были профинансированы за счет личных средств. Малые предприятия имеют решающее значение для создания новых рабочих мест, на их долю приходится 63,3 процента новых рабочих мест (с 1992 по 2013 год)[8].

Отчеты SBA показывают, что показатели выживаемости малого бизнеса улучшаются. Из числа компаний, которые открылись в 2014 году, 79,9 процента все еще функционировали в 2015 году, что является самым высоким показателем с 2005 года. Выживаемость предприятий улучшилось, что подтверждается статистическими данными: в 2006 году доля предприятий малого бизнеса, не прекративших функционировать, составляла 45,4 процента, в 2011 году уже 51,4 процента. Рынок кредитования становится все более популярным для финансирования малого бизнеса. В 2014 году малым предприятиям были выданы кредиты на сумму 8,6 млрд. долл. США, что превышает среднегодовые показатели всех предыдущих лет [1].

Содействие развитию малого бизнеса является ключевым компонентом долгосрочного успеха предпринимательского сообщества. Корпорация Columbus (9 000 сотрудников) учредила в 2013 году специальную должность, в обязанности которой входило создание проектов по активному содействию малому бизнесу, нацеленных на их применение со стороны государства в рамках господдержки.

В июне 2016 года в рамках гранта Smart City на реализацию проектов, разработанных Columbus, было выделено 40 миллионов долларов США для создания тестовой рыночной системы, связанной с развитием городской инфраструктуры. Дополнительные 100 млн. долларов США были инвестированы частными и другими организациями, некоторыми из которых были Государственный университет штата Огайо, US Department of Transportation (до 40 млн. Долларов США) и Vulcan Inc.(до 10 млн. долларов США). Используя эти

ресурсы, город будет работать над тем, чтобы перестроить свою транспортную систему, чтобы стать частью полностью интегрированного города, который использует возможности и потенциал местного малого предпринимательства[9].

Создание рабочих мест и государственная поддержка также имеют жизненно важное значение для обеспечения долгосрочной экономической жизнеспособности в сельских районах. Кампания «Сильные страны вместе» (SET), начатая в 2009 году Департаментом сельского развития США (USDA) в партнерстве с четырьмя региональными центрами развития и некоторыми университетами, планирует завершить разработку плана комплексной стратегии экономического развития (СЭВС) в сельских районах, основой которого является активное использование малого бизнеса. С момента своего создания SET расширилась до 30 отделений в 90 регионах. Бо Болье, директор Центра регионального развития Пердью и помощник директора Программы развития общинного развития, пояснил, что программа дает возможность «более эффективно конкурировать на глобальном уровне» [10].

Оценка стратегий и программ экономического развития крайне важна для местных органов власти. Важное значение имеет использование государственных средств для поощрения и сохранения заинтересованности населения в предпринимательской деятельности. В 2010 году журнал Public Managment опубликовал статью «Экономическое садоводство - эффективно ли это для вашего предприятия?», в которой приведены результаты исследований о деятельности города Littleton, штат Колорадо, по подготовке новых профессиональных кадров для создания и развития малого бизнеса. Рассматриваемой проблемой города является постоянный отток молодых предпринимателей, ставший результатом прекращения государственной поддержки малого бизнеса[11].

Ассоциация государственных финансов (GFOA) одобрила передовую практику «Мониторинг показателей экономического развития» в сентябре 2015 года. GFOA рекомендует всем государственным структурам, практикующим стимулирование малого бизнеса, применять разработанную ими систему оценки его эффективности, что в конечном итоге позволит сконцентрировать основную массу инвестиций на наиболее успешных отраслях. GFOA также рекомендует внедрить процедуру мониторинга показателей для точного определения финансовых последствий стимулирования[12].

Подводя итог вышеизложенному, можно прийти к выводу, что успешные стратегии экономического развития малого бизнеса должны быть адаптируемыми, поощрять привлечение частных и государственных инвестиций, а также способствовать инновационному развитию малых предприятий. Филантропия также может играть важную роль в программах экономического развития. Образование посредством создания инкубаторных и ускорительных программ может способствовать поддержке и вовлечению молодежи в предпринимательскую деятельность.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Small business finance // SBA. URL: https://www.sba.gov/sites/default/files/Finance-FAQ-2016_WEB.pdf
2. Meet The Illinois Nonprofit Helping Thousands of Teens Launch Startups // Chicagoinno. URL: <http://chicagoinno.streetwise.co/2016/10/10/high-school-business-incubator-class-incubatoredu-expands>.
3. THE 2015 GALLUP - HOPE INDEX // OPERATION HOPE. URL: http://www.operationhope.org/images/uploads/Files/OperationHope_Final_2015.pdf.

4. Entrepreneurship, Enterprise and Inspiration // Incubatoredu. URL: <http://incubatoredu.org/site/wp-content/uploads/INCubatoredu-white-paper.pdf>.

5. INCubatoredu for High School blends entrepreneurship lessons with an experiential approach to traditional business subjects. // Incubatoredu. URL: <http://incubatoredu.org/site/wp-content/uploads/INCubatoredu-white-paper.pdf>.

6. Incubatoredu for magnet schools // Magnet. URL: <http://www.magnet.edu/files/2016-tate-images/incubatoredu-for-magnet-schools.pdf>.

7. ADDENDUM TO CITY OF MCHENRY ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY UNDERUTILIZED PROPERTY TAX ABATEMENT AND INCENTIVE PROGRAM // Community and Economic Development Department. URL: <http://www.ci.mchenry.il.us/vertical/sites/%7B32BA702A-197A-429A-BC8D-0F4D5E307CAD%7D/uploads/UnderutilizedVacantProperties.pdf>.

8. Small business administration // SBA. URL: <https://www.sba.gov/loans-grants/see-what-sba-offers>.

9. FACT SHEET: Administration Announces New “Smart Cities” Initiative to Help Communities Tackle Local Challenges and Improve City Services // The White House. URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2015/09/14/fact-sheet-administration-announces-new-smart-cities-initiative-help>.

10. Skip to main content Stronger Economies Together // USDA. URL: <https://www.rd.usda.gov/about-rd/initiatives/stronger-economies-together>.

11. Economic Gardening - Is It Right for Your Community? // ICMA. URL: <http://webapps.icma.org/pm/9209/public/cover.cfm?title=Economic%20Gardening%20-%20Its%20Right%20for%20Your%20Community%3F>.

12. Government Finance Review // GFOA. URL: <http://gfoa.org/GFR>.

© Хэнсен П.В., 2017

УДК 620.09:33(07)

Цаплева А.А.

Магистрант 2 курса

Институт Экономики и Управления

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,

г. Ставрополь, Российская Федерация

Пonomareva E.A.

к.э.н., доцент института Экономики и управления, кафедра «Менеджмент»

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,

г. Ставрополь, Российская Федерация

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Одним из важных аспектов для определения направления совершенствования системы стратегического управления отрасли является анализ внешней среды, рассмотрение конкурентной среды, определение возможностей и угроз. В данной статье нами будет применен анализ конкурентной среды и матрица возможностей и угроз Ф. Котлера.

Изучение литературы по данному вопросу, позволило выделить условия формирования конкурентной среды в электроэнергетике:

- 1) определенное количество производителей и поставщиков электроэнергии в отрасли;
- 2) отлаженный механизм ценообразования, который бы стимулировал конкуренцию;
- 3) беспрепятственный доступ к транспортным и распределительным сетям [4].

Можно отметить также, что увеличение числа участников рынка можно достигнуть с помощью дезинтеграции крупных компаний, а также привлечения новых игроков - производителей электроэнергии [2].

Формирование конкурентной среды обуславливается механизмом ценообразования в сфере генерирования энергии, для этого требуется дерегуляция тарифов электроэнергии. В связи с таким подходом цена устанавливается на основе обеспечения баланса спроса и предложения на продукцию [4].

Таким образом, все эти условия способствуют стимулированию снижения издержек и привлечению инвестиций в данную отрасль.

Формирование современного рынка электроэнергетики происходило в несколько этапов. Исследование данной темы позволило выделить четыре важных этапа, которые представлены в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1 – Этапы формирования конкурентной среды в электроэнергетической отрасли

Этапы формирования	Характеристика
Дореформенная модель	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конкретные плановые задания; 2. Обязательная привязка «производитель-потребитель»; 3. Концентрация таких функций, как генерация, транспортировка, 4. Сбыт в рамках одной организации.
Приватизационная модель	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие конкретных плановых заданий для электроэнергетиков; 2. Формирование самостоятельных субъектов энергосбыточных и энергодефицитных организаций.
Формирование ФОРЭМ	<p>Предполагает наличие 3-х секторов торговли электроэнергией:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Долгосрочных двусторонних договоров; 2. Рынок на сутки вперед (РСВ) 3. Балансирующий рынок (БР).
Формирование НОРЭМ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок системных услуг; 2. Биржевой рынок.

На основании таблицы 1 можно подробно описать, что происходило на каждом этапе [3].

Первый этап характеризовался отсутствием рыночных отношений в отрасли. Ее развитие происходило за счет финансирования из бюджета, а также за счет собственных источников, таких как амортизационные отчисления, чистая прибыль.

В то время формировывались все типы производства: начиная с ТЭС и заканчивая АЭС. Таким образом, можно сказать, что на этом этапе был создан скелет электроэнергетики, который существует и в наше время. В этом периоде происходило формирование генерирующих мощностей и сетей передачи электроэнергии [3].

На следующем этапе, в условиях приватизации государственной собственности государство предприняло попытку сохранения своего влияния в этой отрасли. Наличие крупных пакетов акций позволило Федеральному правительству, а также исполнительным органам власти субъектов Российской Федерации определять стратегию развития и будущие направления деятельности электроэнергетических компаний.

Большую долю акций государство передало в руки иностранных инвесторов, что по сути стало стратегической ошибкой. Такая операция уничтожила значительную часть платежеспособного спроса на электрическую энергию со стороны реального сектора экономики и обрекла энергетический комплекс страны на деградацию.

Государство стало основным должником электроэнергетических компаний. Необходимо было что-то менять, нужно было создать конкурентную среду в области производства электроэнергии, изменить условия государственного регулирования на рынке электроэнергетики, организовать эффективную систему производства и поставки ресурсов населению, которая бы обеспечивала бы жизнедеятельность регионов всей страны.

В связи с этим появляется необходимость создания независимых производителей электроэнергии, которые бы имели свободный выход на компании по передаче электроэнергии, и не зависели от компаний-производителей. Реализация таких принципов и послужило созданию Федерального оптового рынка электрической мощности – ФОРЭМ.

В результате перехода на Федеральный оптовый рынок, был ликвидирован сектор свободной торговли, запущены механизмы нового рынка – «рынка на сутки вперед», торговля стала осуществляться по регулируемым договорам и сводным двусторонним договором.

Таким образом, в переходной модели конкурентного отбора главным ценообразующим фактором были потребители. Это приводило к тому, что генераторы подавали заявки не в соответствии со своими предельными издержками, а ценопринимающие заявки. При этом вполне обычной была ситуация, когда генератор не проходил на рынок, несмотря на то, что цена в его группе точек поставки (ГТП) выше заявленной. Данные факторы искажали ценовые сигналы рынка, необходимые для экономически эффективной загрузки генерации: загрузка производилась так, как если бы все генераторы были одинаково эффективными с предельными издержками близкими к нулю. Решить такие проблемы помогла целевая модель нового оптового рынка – НОРЭМ.

Регламентами НОРЭМ определено, что заявка генератора проходит на торгах тогда, когда цена в заявке меньше либо равна цене в ГТП, и напротив, не проходит в случае, если ее цена выше цены, сложившейся в ГТП (если позволяют ограничения по скорости сброса / набора нагрузки). Следовательно, оптимальной стратегией генераторов в НОРЭМ является подача заявок, соответствующих топливной составляющей производства электроэнергии.

Таким образом, в настоящее время рынок электроэнергетики с введением механизмов НОРЭМ стал более конкурентоспособным, одним из плюсов является тот факт, что государство в меньшей степени участвует в установлении цен на электроэнергию.

По результатам исследования данного вопроса, были сделаны выводы о том, что формирование конкурентной среды электроэнергетической отрасли происходило в четыре этапа [3].

По нашему мнению, изучение этапов позволило увидеть зачатки формирования новой системы отношения между участниками рынка, как во внутренней среде, так и во внешней среде.

На наш взгляд, с введением НОРЭМ рынок электроэнергетики стал конкурентным. Появился правильный ценовой сигнал, и это стало началом действия многих сбытовых и генерирующих компаний, которые выстраивают инвестиционную политику в отношении отечественных компаний.

Следующим этапом в исследовании данного вопроса является анализ факторов внешней среды, которые оказывают воздействие на электроэнергетическую отрасль. Инструментом нами было выбрана матрица возможностей и угроз Ф. Котлера.

Для начала определим факторы внешней среды, которые будут относиться к возможностям, а также определим их привлекательность и вероятность успеха [3]. Данные будут представлены в соответствии с таблицей 2.

Таблица 2 – Матрица возможностей электроэнергетической отрасли

		Вероятность успеха	
		Высокая	Низкая
Привлекательность	высокая	1.Создание системы эффективного функционирования электроэнергетических компаний и отрасли в целом 2.Реализация программы «Умная электроэнергетика» в рамках данной отрасли и смежных с ней.	3.Повышение уровня конкуренции субъектов российской электроэнергетической отрасли 4.Содействие отечественной электроэнергетической отрасли в создании концепции «Энергетика будущего»
	низкая	5.Реализация гос программы импортозамещения	6. Снижение цены топлива

Таким образом на основании полученных данных можно сделать следующие выводы:

Возможность квадрата 1 (создание системы эффективного функционирования электроэнергетических компаний и отрасли в целом и реализация программы «Умная электроэнергетика» в рамках данной отрасли и смежных с ней.), является наиболее перспективным направлением, именно они заслуживают большое внимание и являются более перспективными.

Квадрат 2 и 3 нуждаются в постоянном мониторинге, так как существует вероятность роста вероятности успеха.

Возможность квадрата 4 незначительна из - за невозможности осуществления данного процесса в рамках сегодняшней ситуации в стране.

Для более детального рассмотрения возможностей следует воспользоваться более расширенной матрицей, представленной в соответствии с таблицей 3.

Таблица 3 – Расширенная матрица возможностей

		Влияние		
		Сильное	Умеренное	Малое
Вероятность использования возможности	высокая	ВС Создание системы эффективного функционирования электроэнергетических компаний и отрасли в целом	ВУ Повышение уровня конкуренции субъектов российской электроэнергетической отрасли	ВМ Реализация гос программы импортозамещения
	Средняя	СС Раализация программы «Умная электроэнергетика» в рамках данной отрасли и смежных с ней.	СУ Содействие отечественной электроэнергетической отрасли в содании концепции «Энергетика будущего»	СМ
	низкая	НС	НУ	НМ Снижение цены топлива

Как видно из получившейся матрицы Возможностей, необходимо первостепенное внимание уделить полям ВС, ВУ, СС СУ. То есть, созданию системы эффективного функционирования электроэнергетических компаний и отрасли в целом; повышению уровня конкуренции субъектов российской электроэнергетической отрасли; реализации программы «Умная электроэнергетика» в рамках данной отрасли и смежных с ней; содействию отечественной электроэнергетической отрасли в содании концепции «Энергетика будущего»

Что касается остальных полей, то на данном этапе они не заслуживают особого внимания.

Составив матрицу Возможностей, необходимо приступить к созданию матрицы Угроз.

Для начала определим внешние факторы, относящиеся к угрозам данной, определим вероятность происшествия и серьезность. Данные представлены в соответствии с таблицей 4.

Таблица 4 – Матрица угроз электроэнергетической отрасли

		Вероятность происшествия	
		Высокая	Низкая
Серьезность	высокая	1. Уменьшение объемов инвестиций для данной отрасли 2. Сокращение научно-технического потенциала электроэнергетической отрасли 3. Нецелевое использование бюджета	4. Увеличение числа неплатежей 5. Уменьшение уровня потребления 6. Увеличение уровня рентабельности солнечной энергетики
	низкая	7. Опасность перебоев с поставками в периоды введения новых регулятивных мер	8. Появление дефицита электроэнергии

Таким образом, особое внимание следует уделить квадрату 1, так как в этом блоке содержатся наиболее серьезные угрозы и вероятность их осуществления у них высока. Это сокращение научно - технического потенциала электроэнергетической отрасли; увеличение числа неплатежей; нецелевое использование бюджета

За угрозами, которые расположились во втором и в третьем квадратах, необходим постоянный мониторинг и контроль, во избежание перехода в квадрат 1.

Для более детального изучения угроз, следует воспользоваться матрицей с более сложной структурой, представленной в соответствии с таблицей 5.

Таблица 5 – Расширенная матрица угроз

		Возможные последствия			
		Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	«Легкие <u>ущибы</u> »
Вероятность реализации угрозы	Высокая	ВР	ВК Сокращение научно-технического потенциала электроэнергетической отрасли	ВТ Уменьшение уровня потребления	ВЛ
	Средняя	СР Уменьшение объемов инвестиций для данной отрасли	СК Нецелевое использование бюджета	СТ Увеличение числа неплатежей	СЛ Опасность перебоев с поставками в периоды введения новых регулятивных мер
	Низкая	НР	НК Увеличение уровня рентабельности и солнечной энергетики	НТ Появление дефицита <u>электроэнергии</u>	НЛ

Таким образом, на основании полученных результатов, можно сделать следующие выводы:

Первым делом, должны разработать меры по пути устранения поля СР, ВК, СК то есть уменьшение объемов инвестиций для данной отрасли; сокращение научно - технического потенциала электроэнергетической отрасли; нецелевое использование бюджета. Так как последствия данной угрозы являются значительными.

Поля ВТ, СТ также требуют особого внимания, степень их угрозы достаточно высока и последствия тоже являются серьезными.

Необходимо разработать также меры по устранению угроз, которые оказались в полях СЛ, НТ. Хотя их устранение не носит незамедлительного характера и они не являются первостепенными.

Таким образом, сопоставив матрицы Возможностей и Угроз, можно обозначить дальнейшие мероприятия развития электроэнергетики:

1) масштабное использование нового технического подхода к производству, распределению электроэнергии и, тем самым, построение электроэнергетики на качественно новом уровне высоких технологий;

- 2) формирование эффективной системы управления функционированием и развитием энергосистем, обеспечивающей минимизацию затрат в новых либерализованных условиях;
- 3) создание единого электроэнергетического отраслевого центра компетенций и стандартизации, совмещенный с инновационным энергопарком, который позволит консолидировать отдельные элементы «Умной энергетики»;
- 4) необходимо сформировать для каждой единицы электроэнергосистемы свою уникальную стратегическую систему управления.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон № 35 - ФЗ «Об электроэнергетике» от 21 февраля 2003 года (с изм. от 25 февраля 2011 года).
2. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 13 ноября 2009 г. № 1715 - р.
3. Волков, Э.П. Методология обоснования и перспективы развития электроэнергетики России [Текст] / Э.П. Волков. – М.: Энергоатомиздат, 2014. – 158 с.
4. Гительман, Л.Д. Экономика и бизнес в электроэнергетике [Текст] / Л.Д. Гительман. – М.: Экономика, 2013. – 432 с.

© Цаплева А.А., 2017

УДК 336.7

Н. В. Чурикова

студентка 3 курса экономического факультета
Поволжский Государственный Технологический Университет
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА

Банковский маркетинг – это поиск использования банком наиболее выгодных рынков банковских продуктов с учётом реальных потребностей клиентов.

Специфика маркетинга в банковской сфере обусловлена тем, что он способствует коммерциализации банковской работы и обеспечивает эффективное использование денежных ресурсов. Банковский маркетинг связывается с новыми формами расчетов, в максимальной степени учитывающими характер хозяйственной деятельности клиентов банка, особенности места нахождения их партнеров, их финансовое положение и другие факторы, влияющие на скорость денежного оборота.

Также, специфика и особенность банковского маркетинга заключается в том, что предлагаемый банком продукт требует от потребителей довольно высокой экономической культуры, вызывает необходимость разъяснения содержания услуги клиенту, усиливает значение такого фактора, как доверие клиентов. Ведь клиент, доверяя банку свои деньги, вступает в сделку, течение которой он не может контролировать. Следовательно, неосязаемый характер банковской услуги как бы удваивается: это неосязаемые действия с неосязаемыми активами.[1]

Главная задача современного банковского маркетинга состоит в развитии спроса на финансово - кредитные продукты, поскольку в нашей стране эта сфера финансовых услуг пока развита недостаточно по сравнению другими странами. Многие отечественные предприятия и организации обладают достаточными ресурсами, квалифицированными кадрами и информационной базой для организации сложных финансовых схем, и помощь банка здесь может быть принята при условии более низкой стоимости банковских услуг по сравнению со стоимостью реализации финансовых схем собственными силами. Банки же могут предложить более низкие цены на свои услуги за счет эффекта масштаба, работая с несколькими крупными корпоративными клиентами.

Важным направлением развития банковских услуг является разработка и продажа уникальных услуг и продуктов. Залогом успеха в данном направлении является использование новейших достижений науки и техники в сфере хранения и передачи информации. Кроме того, для эффективного внедрения новых видов банковских продуктов и услуг необходимо наличие развитой системы маркетинга. Маркетинговые службы банков должны исследовать ситуацию в мире, стране и регионе, поскольку современный финансовый рынок отличается зависимостью от мировых политических и общественных событий. Также важно знать конкурентную ситуацию на рынке и вовремя реагировать на действия конкурентов.

Информационные технологии позволяют разрабатывать и внедрять новые банковские продукты и услуги. Системы онлайн - банкинга и мобильного банкинга уже прочно вошли в повседневную жизнь экономически грамотного и социального активного населения, однако большинство населения нашей страны пока еще только осваивают новые банковские технологии. К новым интернет - технологиям можно отнести технологии дистанционного банковского обслуживания, автоматизации кассовых операций, новые электронные средства платежа, приемы и методы электронной обработки платежной информации. Интернет - технологии в банковской сфере, способствуя повышению скорости и качества обслуживания, позволяют сделать банковские продукты и услуги более доступными, и за счет увеличения масштаба оказания услуг стоимость услуг банка с использованием современных интернет - технологий снижается. Это приводит к увеличению числа банковских клиентов и росту прибыли банка.

Новые банковские интернет - технологии расширяют географию банковской деятельности, они облегчают продвижение банковских продуктов и услуг в удаленные регионы, где банковская инфраструктура недостаточно развита. Также новые технологии с использованием сети Интернет позволяют продавать банковские продукты и услуги в тех местах, где отсутствуют кредитные организации либо их филиалы и представительства. Это также способствует расширению клиентской базы. [2]

Внедрение новых технологий сопровождается активными процессами технологической модернизации банковской деятельности, связанными с обеспечением деятельности банковских автоматизированных систем и технологий дистанционного банковского обслуживания, что обеспечивает банкам дополнительные конкурентные преимущества. Однако эффективная реализация информационных технологий невозможна без обеспечения операционной совместимости платежной инфраструктуры (процессинговых центров, терминалов, банкоматов) и централизации клиринговых, расчетных услуг на

основе единой нормативной базы, формируемой Правительством Российской Федерации и Центральным банком РФ.

Таким образом, банковский маркетинг является важной частью современной жизни. Банковский маркетинг позволяет привлечь большее число клиентов, поэтому его роль очень важна.

Список использованных источников:

1. Козлова К.А., Матханова Н.А. - Банковский маркетинг и проблемы его совершенствования // Вестник АНГТУ. - 2015. - № 9. - с.268 - 271
2. Крылов В. К. Сущность банковского маркетинга // Научно - методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 45. – С. 33–37. – URL: [http:// e - koncept.ru / 2016 / 76350.htm](http://e-koncept.ru/2016/76350.htm).
3. Уткин, Э.А. - Банковский маркетинг. — М.: ИНФРА–М, 2012. —300 с.

© Н. В. Чурикова, 2017

УДК 336.74

Н. В. Чурикова

студентка 3 курса экономического факультета
Поволжский Государственный Технологический Университет
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ И ФОРМЫ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ

В условиях современного развития информационного общества большую роль в жизни людей играют последние новинки техники, а также Интернет. С развитием Интернета, среди электронных финансовых услуг появилось такое понятие, как электронные деньги. Федеральный закон от 26.07.11 № 161 - ФЗ «О национальной платежной системе» определяет электронные денежные средства как «денежные средства, которые предоставлены одним лицом другому лицу, учитывающему информацию о размере предоставленных денежных средств без открытия банковского счета для исполнения денежных обязательств лица, предоставившего денежные средства, перед третьими лицами»[9].

Электронные деньги - это денежные обязательства эмитента в электронном виде, которые находятся на электронном носителе в распоряжении пользователя. Такие денежные средства фиксируются и хранятся на электронном носителе. Так же они выпускаются эмитентом при получении от иных лиц денежных средств в объеме не меньшем, чем эмитированная денежная стоимость, и принимаются, как средство платежа другими организациями [2]. Электронные деньги составляют достойную конкуренцию наличным денежным средствам. Благодаря им платеж за товары и услугу можно производить удалено, оплатить можно, практически, все.

В мире уже существует множество платежных систем, основанных на применении электронных расчетов. Однако точного правового определения термина «электронные

деньги» до сих пор не существует. Поэтому для большей корректности часто употребляют такие выражения как «новые системы оплаты», «Интернет - платежи», «электронная стоимость» и т.п. В ряде официальных документов «электронными деньгами» называют стоимость, помещенную в электронном виде на устройство типа чиповой карты или жесткий диск персонального компьютера [1].

Электронные деньги - это деньги, которые записаны в виде чисел на счетах в банковских компьютерах, которые перемещаются без всяких бумажек по электрическим и электронным сетям. Это деньги, которые невозможно увидеть «вживую» [3].

Появление электронных денег вызвано необходимостью обеспечить поддержку коммерческих операций в интернете, там, где использование обычных денег неудобно либо невозможно. Потому можно считать электронные деньги как дополнение к реальным деньгам, либо как еще один инструмент осуществления торговых операций в интернете, дополняющий карточки.

Вообще, к цифровым деньгам относят : во - первых, физическую реальность, то есть то, что можно «пощупать», так называемые smart - карты, в которых можно хранить цифровые наличные. Smart - cards («интеллектуальные» карты) - устройства по виду мало отличающиеся от простой кредитной карты, но, в отличие от нее, содержащие в себе целый компьютер, то есть, процессор, память, программу и устройство ввода / вывода. Все это интегрировано в одну маленькую микросхему, поэтому стоит не много дороже обычной кредитки.

И, во - вторых, виртуальную реальность, то есть, то чего нельзя «пощупать»: различные электронные платежные системы для оплаты товаров и услуг по Интернету. Электронные платежные системы в Интернете служат для проведения быстрых и безопасных расчетов между многочисленными пользователями Сети (клиентами, магазинами, справочными бюро и т.д.), и образуют собой рынок платежных систем для расчетов через Интернет. Термин «электронные деньги» является относительно новым и часто применяется к широкому спектру платежных инструментов, которые основаны на инновационных технических решениях [1].

Электронным деньгам свойственно внутреннее противоречие - с одной стороны они являются средством платежа, с другой - обязательством эмитента, которое должно быть выполнено в традиционных неэлектронных деньгах. Очевидно, что с течением времени, электронные деньги будут являться одной из разновидностей формы денег.

Как правило, обращение электронных денег происходит при помощи компьютерных сетей, Интернета, платёжных карт, электронных кошельков и устройств, работающих с платежными картами. Но также используются и другие платежные инструменты различной формы: браслеты, брелоки, блоки мобильных телефонов и т. д., в которых есть специальный платежный чип.

Таким образом, электронные деньги на сегодняшний день составляют достойную конкуренцию другим видам денег. Это обусловлено в большей мере моментальностью совершения платежей. Очевидно, что электронные деньги - это очень гибкий инструмент, позволяющий расширить сферу применения наличных денег. Они, в отличие от чековых и кредитных систем, позволяют поддерживать анонимность транзакций (в той или иной степени), так как не требуют при их использовании удостоверения личности плательщика и его кредитоспособности.

Список использованных источников:

1. Достов, В. Л. . Электронные деньги как инструмент оптимизации платежного оборота (точка зрения) [Текст] / В. Л. Достов, В. А. Кузнецов, П. М. Шуст // Деньги и кредит : теорет. науч. - практ. журн. - 2013. - № 12. - С. 7 - 13..
2. Гераскина, О. Электронные деньги как средство платежа [Текст] / О. Гераскина // Курский государственный университет, Россия. – 2015.
3. Кочергин Д. А. . Электронные деньги [Текст] / Д.А. Кочергин. – М.: Маркет ДС, 2011. - 424 с.

© Н. В. Чурикова, 2017

УДК 2964

Шамонова Е. А.
Магистр
г. Москва РФ

ОСОБЕННОСТИ АУДИТА КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ В ТНК

Согласно МСФО консолидированная финансовая отчетность - это финансовая отчетность группы, представленная как отчетность единого экономического субъекта.

Консолидированная финансовая отчетность, составленная по МСФО, - это новый для России формат представления отчетной информации. Аудит консолидированной отчетности имеет определенную специфику на этапах планирования, проведения процедур и формирования мнения о достоверности консолидированной отчетности во всех существенных отношениях [1, 11].

На современном этапе развития аудита и бухгалтерского учета в Российской Федерации существует законодательная основа по вопросам проведения аудиторской проверки консолидированной отчетности, включающая:

- ФЗ «О консолидированной финансовой отчётности» [2, 1];
- ФЗ «О внесении изменений в Федеральный Закон «О консолидированной финансовой отчётности»[3, 1].

С 15 июля 2016 года нормативные положения ФЗ «О консолидированной финансовой отчётности» были дополнены посредством принятия нового ФЗ от 03.07.2016 года с целью обеспечения дополнительных гарантий в получении актуальной и надёжной финансовой информационной базы заинтересованным пользователям бухгалтерской информации. Новый ФЗ позволил:

- установить временной срок представления промежуточной консолидированной финансовой отчётности;
- установить обязанность раскрытия промежуточной консолидированной финансовой отчётности и временной срок;
- ввести обязанность аудиторской проверки промежуточной консолидированной финансовой отчётности;
- ввести дополнительные требования к раскрытию консолидированной финансовой отчётности;

- уточнить порядок представления в Банк России консолидированной финансовой отчетности;
- уточнить круг лиц, полномочных подписывать консолидированную финансовую отчетность;
- установить требования к оформлению проектов стандартов бухгалтерского учета[4, 1].

Согласно нововведениям ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» можно выделить следующие особенности аудита финансовой отчетности:

- Годовая консолидированная отчетность подлежит обязательному аудиту;
- Консолидированная финансовая отчетность за первое полугодие отчетного года подлежит аудиту либо проводимой организацией аудиторской проверке, вид и порядок проведения которой устанавливаются стандартами аудиторской деятельности;
- Аудиторское заключение представляется и раскрывается совместно с указанной консолидированной финансовой отчетностью [5, 1].

Преимущества составления финансовой отчетности по МСФО для внутренних и внешних пользователей (собственников и инвесторов) заключаются в том, что:

- во - первых, форма представления такой отчетности достаточно понятно отражает финансовую и имущественную картину компании;
- во - вторых, действие таких принципов, как приоритет содержания над формой, признание доходов и расходов, осмотрительность (осторожность) в отчетности, составленной по МСФО, применимо в большей степени, чем в отчетности, составленной по российским стандартам [6, 25].

Для проведения аудита консолидированной отчетности необходимо:

- выявить отличия одиночной финансовой отчетности от консолидированной отчетности;
- определить различия в планировании аудита одиночной финансовой отчетности и консолидированной отчетности;
- выделить основные этапы проведения аудита консолидированной отчетности по МСФО.

На этапе планирования аудита консолидированной отчетности осуществляется разработка тех действий, которые будут выполняться аудитором во время проведения определенных процедур; изучается специфика деятельности аудируемой организации, существующие системы контроля и риски, присущие данному бизнесу и конкретному клиенту.

Планирование аудита производится по следующим основным направлениям:

- понимание деятельности организации;
- оценка системы внутреннего контроля;
- оценка составляющих аудиторского риска;
- определение уровня существенности;
- разработка программы аудита (меморандум планирования) [7, 18].

Конечным результатом осуществления аудита в организациях выступает процедура определения непрерывности деятельности.

Принцип непрерывности финансовой деятельности выступает одним из важнейших для МСФО, поэтому его аспекты отражены в Концептуальных основах международных стандартов [8,1].

С целью подтверждения выполнения принципа непрерывности финансовой деятельности организации необходимо обозначить стандартные и средние индикаторы собственной предпринимательской активности. Стандартным контролем будет реализация

анализа значительных отклонений от среднего индикатора при сокращении или увеличении. В таком случае аудитор должен запросить результаты соответствующей аналитической работы, а также комментарии руководящего состава в соответствии с установленными отклонениями в хозяйственной деятельности. Результаты исследования показывают, что существование комментариев по отклонениям способствует дальнейшему осуществлению оперативного анализа эффективности деятельности фирмы [9, с.498 - 500].

В соответствии с МСА 600 «Особенности аудита финансовой отчётности группы (включая работу аудиторов компонентов)» существуют значительные элементы и элементы, которые не являются значительными, в проведении аудита финансовой отчётности.

Значительными элементами выступают компоненты, которые являются существенными в силу собственной индивидуальной финансовой значимости для группы, а также компоненты, которые являются существенными в силу высокого уровня вероятности рисков искажения финансовой отчётности. В данном случае аудитор должен осуществить следующие действия:

- Аудит информационной базы с применением уровня значимости рассматриваемого элемента;
- Аудит одного или нескольких остатков по счетам, видов операций или раскрытий информации, которые связаны с вероятными существенными рисками искажения финансовой отчётности;
- Аудиторские процедуры существенных рисков искажения финансовой отчётности.

В случае, когда элементы не являются значительными, аудитор может воспользоваться следующими действиями:

- Аудит информационной базы элемента с применением уровня существенности для данного компонента;
- Аудит одного или нескольких остатков по счетам, видов операций или раскрытия отчётности;
- Обзорная проверка финансовой информации элемента с применением уровня значительности данного компонента;
- Установленные аудиторские процедуры [10, 1].

На этапе понимания деятельности аудируемой организации необходимо изучить специфику бизнеса клиента, его организационную и внутреннюю структуру, определить характер выпускаемой продукции, оказываемых услуг или работ. Изучение основных поставщиков, покупателей и конкурентов также способствует более полному представлению о клиенте.

Для целей аудита консолидированной отчетности следует провести дополнительный анализ, в частности, уделить особое внимание следующим аспектам:

- составлению списка тех компаний группы, аудит которых будет проводиться.

Если группа представляет собой достаточное большое количество экономических субъектов, то следует определиться с наиболее значимыми для аудита компаниями, поскольку проведение проверки финансовых отчетностей всех компаний не представляется возможным из-за определенных временных и стоимостных ограничений;

- накоплению знаний о бизнесе компаний группы, аудит которых не будет проводиться.

Знания о бизнесе неаудируемых компаний необходимо также получать с целью изучения специфики деятельности группы компаний в целом;

- получению информации у аудиторов головной и дочерних компаний о неаудируемых компаниях группы.

Обмен информацией между аудиторами консолидированной отчетности и аудиторами дочерних компаний позволит выявить ключевые проблемные области у неаудируемых компаний и установить аудиторские риски;

- окончательному формированию знаний о бизнесе компаний группы.

Так же, как и при аудите единичных компаний, необходимо понять характер бизнеса клиента и влияние на него внешних факторов. Аудитор должен определить структуру группы, бизнес компаний, входящих в группу, влияющие внешние факторы, структуру управления группой и основной управленческий персонал.

При оценке системы внутреннего контроля обязательно описываются средства контроля, присущие аудируемой организации, что достигается заполнением опросных листов (анкет) по оценке средств контроля. Оценка системы внутреннего контроля осуществляется в стандартной форме как для одиночных компаний, так и для группы консолидируемых компаний. Уделяется внимание описанию трех основных блоков: среде контроля, системе бухгалтерского учета и процедурам (средствам) контроля [11, с.19].

В случае если аудиторы будут полагаться на средства контроля, им необходимо провести оценку таких средств на предмет наличия и функционирования.

Следующим элементом этапа планирования аудита является оценка составляющих аудиторского риска.

Составляющие аудиторского риска могут оцениваться для консолидированной отчетности в целом, для материнской компании и аудируемых дочерних компаний. Процесс оценки риска для целей аудита консолидированной отчетности представляет собой процесс, аналогичный процессу оценки аудиторского риска при аудите одиночной отчетности [12, 33].

Определение уровня существенности основывается на данных консолидированного бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках. Информация, полученная от клиента в ходе проведения аудита, считается существенной, если ее пропуск или искажение может значительно повлиять на правильность и своевременность принятия финансово - экономических решений пользователями данной информации. Допустимый уровень существенности определяется аудитором самостоятельно исходя из собственного профессионального опыта.

Для расчета уровня существенности выбираются наиболее характерные и значимые показатели деятельности аудируемой организации. При аудите консолидированной отчетности возникают понятия трех видов уровней существенности:

- уровень существенности отчетности материнской компании.

Используется для оценки существенности информации в отчетности материнской компании. Для анализа берутся только данные бухгалтерского учета и отчетности материнской компании;

- уровень существенности отчетности дочерних компаний (если они подлежат обязательному аудиту).

Используется для оценки существенности информации в отчетности аудируемых дочерних компаний. Для анализа берутся только данные бухгалтерского учета и отчетности дочерних компаний;

- уровень существенности консолидированной отчетности.

Используется для оценки существенности информации в консолидированной отчетности группы. Для анализа берутся консолидированные данные компаний группы, а также консолидационные корректировки [13, 15].

Разработка программы аудита (меморандум планирования) осуществляется на заключительной стадии планирования.

Программа аудита определяет характер, временные рамки и объем аудиторских процедур. Она является набором инструкций для аудитора, выполняющего проверку, а также средством контроля и проверки надлежащего выполнения работы.

В программу аудита также могут быть включены проверяемые предпосылки подготовки финансовой (бухгалтерской) отчетности по каждой из областей аудита и время, запланированное на различные области или процедуры аудита [14, 113].

Состав работ аудита консолидированной отчетности по МСФО включает:

- выборочную документальную проверку операций (исходя из уровня существенности) и тестирование контроля качества аудита по местным стандартам;
- проверку результатов трансформации данных учета по национальным стандартам в соответствие с МСФО;
- анализ всех крупных сделок, нетиповых и сложных операций;
- контроль правильности консолидации отчетности;
- выражение мнения о достоверности отчетности и соответствия ее МСФО;
- анализ структуры активов и обязательств для определения платежеспособности компании и выявление рисков обращения взыскания на его активы и утраты контроля управления;
- экспертизу учетной политики и составление рекомендаций по ее содержанию;
- консультирование по вопросам признания активов и обязательств согласно МСФО;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вахорина М.В. Регулирование российского аудита: современный этап // Аудиторские ведомости. 2015. - №12. - С.11.
2. Федеральный Закон «О консолидированной финансовой отчетности» от 27.07.2010 года №208 - ФЗ (с изменениями и дополнениями) // Официальный сайт информационно-правового портала «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://base.garant.ru/12177506/> (дата обращения: 25.04.2017)
3. Федеральный Закон «О внесении изменений в ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» от 03.07.2016 года №262 - ФЗ // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200614/ (дата обращения: 25.04.2017)
4. Информационное сообщение Министерства финансов РФ №ИС - учёт - 4 от 07.07.2016 года // Официальный сайт информационного портала «Нормативные акты для бухгалтера» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://na.buhgalteria.ru/document/p151570/> (дата обращения: 25.04.2017)
5. Федеральный Закон «О внесении изменений в ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» от 03.07.2016 года №262 - ФЗ // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200614/ (дата обращения: 25.04.2017)
6. Глущенко А.В., Худякова А.С. Система обеспечения качества аудита // Международный бухгалтерский учет. 2015. - № 6. - С. 25.

7. Макарова, Л.Г. Требования к составлению и оформлению аудиторских заключений и отчетов // Аудиторские ведомости, 2016. - № 5. - С. 18.
8. Концептуальные основы МСФО // Официальный сайт «МСФО ФМ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://www.msfofm.ru/ifrs/135-framework> (дата обращения: 25.04.2017)
9. Вороная А.В., Кеворкова Ж.А. Принцип непрерывности деятельности экономического субъекта. Раскрытие, оценка // Молодой учёный. – 2015. - №8. – С. 498 - 500
10. Международный стандарт аудита 600 «Особенности аудита финансовой отчётности группы (включая работу аудиторов компонентов)» (введён в действие на территории РФ Приказом Министерства финансов России от 09.11.2016 года №207н) // Официальный сайт информационно - правового портала «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71442746/> (дата обращения: 25.04.2017)
11. Воронина, Л. И. Теоретические и прикладные аспекты планирования внешнего аудита / Л. И. Воронина // Вестник финансового университета. – №5. – 2013. – С. 19.
12. Подольский, В.И., Щербаклова, Н.С. Оценка и использование составляющих аудиторского риска / И. В. Подольский, Н. С. Щербаклова // Аудиторские ведомости. – №3. – 2016. – С. 33.
13. Бычкова, С. М. Понятие существенности в аудите / С. М. Бычкова // Бухгалтерский учет. – № 5. – 2012. – С. 15.
14. Международные стандарты аудита / Под ред. Ж.А. Кеворковой. – М.: Юрайт, 2014. - с. 113.

© Е.А. Шамонова, 2017

УДК 336.7

П.Г. Шернин

Магистрант

Саратовский социально - экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова
г. Саратов, Российская Федерация

Научный руководитель: С.Б. Коваленко

Д.э.н., профессор кафедры
банковского дела, денег и кредита
Саратовский социально - экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова
г. Саратов, Российская Федерация

ДОХОДНОСТЬ РАЗЛИЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТОРОВ В 2016 ГОДУ И ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2017 ГОДА

Вопросы инвестиций частных инвесторов рассматривались в ряде работ российских исследователей [4;5;6]. В рамках настоящей статьи проанализируем доходность различных инвестиций для частных инвесторов в 2016 году и в первом квартале 2017 года [1;2;3;7].

По итогам 2016 года, как видно из таблицы 1, доходными оказались всего три инструмента: акции российских компаний, депозиты в рублях и ПИФы. Худшей инвестицией оказалась валюта.

Таблица 1

Лучшие и худшие инвестиции 2016 года.
Сколько можно было заработать,
вложив 100 тыс. руб. в разные инструменты.

Инструмент	Доходность, %	Результат, тыс. руб.
Акции	25,84	125,84
Депозит в российских рублях	9,8	109,8
ПИФы	3,88	103,88
Недвижимость	- 4,9	95,1
Серебро	- 4,93	95,07
Золото	- 10,5	89,5
Депозит в долларах США	- 14,73	85,27
Наличные в долларах США	- 17,6	82,4
Депозит в евро	- 18,78	81,22
Наличные в евро	- 21,36	78,64

Источники: Московская биржа, IRN, Bloomberg, сервис
«Рынок наличной валюты РБК», расчеты РБК

Акции

Наиболее выгодной долгосрочной инвестицией в 2016 году было вложение в российские акции: индекс ММВБ с начала 2016 года вырос с 1735 до 2183 пунктов. Если бы инвестор в январе 2016 года вложил в акции 100 тыс. руб., то в конце 2016 года стоимость его портфеля составила бы более 125 тыс. руб. Рост на российском рынке во многом вызван эффектом низкой базы. В первые месяцы цены на нефть и курс рубля были на очень низком уровне, что определяло низкие цены на российские активы. Впоследствии и нефть, и рубль начали понемногу укрепляться, из-за чего стали расти и российские акции. В будущем на российском фондовом рынке продолжится рост, который может сдерживать только сильная коррекция на мировых площадках. Лучшей стратегией при таком развитии событий будет покупка акций тех компаний, которые платят высокие дивиденды.

Депозиты

В начале 2016 года средняя ставка по рублевым депозитам на 1 год составляла 9,8 % годовых, а в некоторых крупных банках доходила до 12 % . Поэтому в конце срока инвестор, открывший вклад на 100 тыс. руб. в январе 2016 года, мог получить около 10 тыс. руб. за счет процентов по депозиту. Валютные депозиты оказались плохой инвестицией. Если бы инвестор открыл в начале 2016 года депозит в долларах США, то в декабре его сбережения при пересчете в рубли уменьшились бы почти на 15 тыс. руб. Убыток от хранения денег на вкладе в евро был бы еще больше – почти 19 тыс. руб. Такой результат объясняется укреплением российской валюты относительно евро и доллара США: если в январе 2016 года официальный курс евро составлял почти 79,6 руб., то в декабре 2016 года – 63,7 руб., а доллар США подешевел с 73 до 60,9 руб. В 2017 году рублевые депозиты

останутся более выгодным вложением средств по сравнению с валютными вкладами. Это будет обеспечено за счет более высоких ставок по рублевым депозитам при сильном курсе рубля. Рублевые вклады станут более доходными, несмотря на то, что ставки по ним будут по - прежнему снижаться, а по вкладам в долларах США – расти из - за повышения ставки ФРС. По прогнозам экспертов, в 2017 году ставка по вкладам в рублях снизится еще на 1 - 1,5 п.п., а по долларам США увеличится на 0,25 - 0,75 п.п.

ПИФы

Паевые инвестиционные фонды оказались последним доходным инструментом в 2016 году. Портфель из бумаг десяти крупнейших по объему активов открытых ПИФов к концу 2016 года вырос бы на 3,88 % . В следующем году доходность облигационных ПИФов составит около 8 - 9 % годовых, а ПИФов акций – 10 - 15 % . По мнению экспертов, покупать ПИФы стоит на долгий срок. Покупать фонды облигаций необходимо на срок от 1 года, а фонды акций – от 3 лет.

Недвижимость

Цены на недвижимость в 2016 году не выросли. При покупке готовой квартиры в Москве потери инвестора составили бы почти 5 % : в ноябре 2016 года средняя стоимость квадратного метра (по данным IRN.ru) составляла чуть менее 175 тыс. руб., а в январе 2016 года могла достигать до 180 тыс. руб. В 2017 году цены могут продолжить снижаться, новые квартиры могут дешеветь из - за большого объема нераспроданного жилья, а квартиры на вторичном рынке сильно переоценены. В ближайшие несколько лет, по прогнозам «ИРН - Консалтинг», цены на новостройки в Москве могут снизиться до 170 тыс. руб. за 1 кв.м., а на вторичное жилье – до 150 тыс. руб.

Драгметаллы

Убыточными для российских инвесторов в 2016 году оказались также инвестиции в золото и серебро, хотя их цена выросла. Стоимость обоих металлов на международном рынке выражается в долларах США и с начала 2016 года золото подорожало с 1062 до 1138 долларов США за унцию, а серебро с 14 до 16 долларов США за унцию. Поэтому американский инвестор выиграл бы на вложениях в драгоценные металлы, а российский из - за снижения курса доллара США, наоборот, проиграл бы. В итоге 100 тыс. руб., вложенных в золото, к концу 2016 года превратились бы в 89,5 тыс. руб., а потери на серебре были бы меньше – всего 5 тыс. руб. В 2017 году золото может быть привлекательным инструментом для инвесторов. Эксперты прогнозируют рост цены на золото в рамках 10 % в долларах США при сохранении относительно стабильного курса рубля, что делает золото довольно интересной инвестицией.

Валюта

Худшей инвестицией 2016 года стала покупка валюты. С учетом курса в московских банках потери инвестора составили бы 17,6 тыс. руб. при покупке долларов США и более 21 тыс. руб. при покупке евро в начале 2016 года.

По итогам первых трех месяцев 2017 года, как видно из таблицы 2, положительную динамику показали только три инструмента: серебро, депозиты в рублях и золото. Худшую доходность показали российские акции.

Лучшие и худшие инвестиции первого квартала 2017 года.
Сколько можно было заработать, вложив 100 тыс. руб. в разные инструменты.

Инструмент	Доходность, %	Результат, тыс. руб.
Серебро	3,34	103,34
Депозит в российских рублях	1,83	101,83
Золото	0,07	100,07
Недвижимость	- 0,9	99,1
ПИФы	- 0,99	99,01
Депозит в евро	- 5,04	94,96
Наличные в евро	- 6,8	93,2
Депозит в долларах США	- 6,96	93,04
Наличные в долларах США	- 8,72	91,28
Акции	- 12,11	87,89

Источники: Московская биржа, IRN, Bloomberg, сервис
«Рынок наличной валюты РБК», расчеты РБК

Драгоценные металлы

Лучшим по доходности в первом квартале оказалось серебро: его цена с начала января выросла на 3,34 % – с 16,4 до 18,2 доллара США за унцию. Золото показало более скромный результат: за три месяца его котировки выросли лишь на 0,07 % до 1246,7 долларов США за унцию. Несмотря на относительно слабую динамику рынка драгоценных металлов в первом квартале, инвесторы все же смогли заработать на инвестициях в металлы благодаря высокой волатильности.

В ближайшее время цены на драгоценные металлы в долларовом выражении останутся на текущем уровне или немного снизятся: растущий инвестиционный спрос на защитные активы уравновесит угроза ужесточения денежно - кредитной политики США, которая приведет к укреплению доллара. Средняя стоимость золота в 2017 году, согласно прогнозу аналитической компании GMFS, составит 1259,0 долларов США за унцию. Для российских инвесторов привлекательность инвестиций в золото и серебро будет определяться динамикой курса рубля. Если российская валюта продолжит укрепляться, то рублевые цены на металл будут снижаться.

Депозиты

Чуть меньше, чем на покупке серебра, можно было заработать на трехмесячных рублевых депозитах. Поскольку в январе 2017 года средняя ставка по таким вкладам составляла 7,26 % годовых, то размещенные в начале года 100 тыс. руб. к концу марта превратились бы в 101,83 тыс. руб. Соответственно, доходность вложений составила бы 1,83 % . Валютные вклады, напротив, оказались убыточными из - за укрепления рубля: на депозите в евро (средняя ставка в январе – 0,16 % годовых) вкладчик потерял бы чуть больше 5 % накоплений, а на долларовом депозите (средняя ставка в январе – 0,3 %) вкладчик потерял бы почти 7 % . Официальный курс евро за три месяца снизился с 63,8 до 60,6 руб. Курс доллара США за это время опустился с 60,7 до 56,4 руб.

Недвижимость

Московская недвижимость за первый квартал 2017 года подешевела примерно на 0,9 %. По данным аналитического центра IRN.ru, если в январе 2017 года средняя стоимость 1 кв.м. составляла чуть меньше 170 тыс. руб., то в марте 2017 года она снизилась до 168 тыс. руб. В ближайшее время цены на самую востребованную недвижимость экономкласса продолжат снижаться как на первичном, так и на вторичном рынке.

ПИФы

В первом квартале инвестор, вложившийся в десять крупнейших по объему активов открытых ПИФов, мог потерять около 1 %. Убыточными по итогам трех месяцев оказались валютные ПИФы и фонды акций, тогда как облигационные фонды показали небольшую доходность. ПИФы облигаций были доходными, поскольку российские долговые бумаги в первом квартале 2017 года росли в цене. Рынок ожидал снижения ключевой ставки, которое приводит к уменьшению доходности облигаций и одновременному подорожанию самой бумаги. Дополнительную поддержку ценам оказывает спрос иностранных инвесторов на российские облигации, который вызван укреплением рубля.

Валюта

На покупке евро и долларов наличными в первом квартале 2017 года инвестор потерял бы 6,8 % и 8,72 % соответственно. Таким образом, к концу марта от 100 тыс. руб. вложенных в евро, осталось бы 93,2 тыс. руб., а та же сумма, вложенная в доллары США, превратилась бы в 91,28 тыс. руб. Покупка валюты в первом квартале 2017 года была невыгодной из-за укрепления курса рубля.

Акции

Худший результат по итогам первого квартала 2017 года показали российские акции, которые входят в индекс ММВБ. За три месяца индикатор просел на 12,11 %, с 2285 до 2209 пунктов. Инвестор, вложивший в акции из индекса ММВБ 100 тыс. руб. в начале года, к концу марта потерял бы чуть больше 12 тыс. руб. Российскому рынку не помог приток средств от иностранных инвесторов, связанный с прошлогодней договоренностью ОПЕК о снижении нефтедобычи, ростом цен на нефть и ожидаемым снятием санкций. Причина этого – в укреплении курса рубля и, как ни странно, в нескольких крупных размещениях акций на ММВБ в первые месяцы года. Шансов, что российские акции в ближайшие три месяца сильно вырастут в цене, мало.

Выводы: Во втором квартале 2017 года на финансовые рынки будет влиять сложившаяся неопределенность, связанная с президентскими выборами в Европе, процедурой выхода Великобритании из Евросоюза и итогами политики Трампа. Эксперты считают, что в этот период Федеральный Резерв США продолжит постепенное повышение процентных ставок, тогда как Банк России будет смягчать монетарную политику, снижая ключевую ставку. В этих условиях инвесторы смогут найти привлекательные «точки входа» в акции и облигации, но им не стоит забывать и про защитные активы – золото, швейцарский франк и некоторые ценные бумаги.

Список использованной литературы:

1. Информационно – аналитический портал аналитического центра «Индикаторы ранка недвижимости» www.im.ru

2. Киракасянц А. Время серебра: на чем можно было заработать в первом квартале // Публикация от 04.04.2017г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.money.rbc.ru>
3. Киракасянц А., Седлов Д. На чем инвесторы могли заработать в 2016 году // Публикация от 28.12.2016г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.money.rbc.ru>
4. Коваленко С.Б., Коробов Ю.И. Банковская конкуренция // Деньги и кредит. 2001. № 2. С.64 – 71.
5. Коваленко С.Б., Шулькова Н.Н. Мониторинг рынка банковских услуг // Банковские услуги. 2003. № 5. С.2 – 11.
6. Коваленко С.Б., Шулькова Н.Н. Сборник тестов по курсу «Деньги, кредит, банки». М.: Финансы и статистика, 2005.
7. Писарев А. Сезон тревоги: в какие активы инвестировать во втором квартале // Публикация от 06.04.2017г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.money.rbc.ru>

© П.Г. Шернин, 2017

УДК 338

Шмойлова Е.С.

Магистрант 1 - го курса

Факультет технологии, экономики и дизайна

Армавирский государственный педагогический университет

г.Армавир, Российская Федерация

КЛАССИФИКАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА

Под классификацией науке понимается распределение объектов, явлений, категорий по классам в зависимости от их общих признаков, характеризующих связи между классифицируемыми объектами в единой системе соответствующей области знаний или практической деятельности.

На классификацию внутреннего аудита существенно влияют потребности собственников компании совершенствовать свою хозяйственную деятельность. Данный аспект определяет значительное количество направлений внутреннего аудита, в зависимости от цели, статуса аудиторской проверки и формы, которые еще в себе несут множество разновидностей.

Чтобы глубже понять сущность системы аудита как важной управленческой категории, раскрыть механизм функционирования выражаемых ею отношений, выявить особенности различных ее составляющих, необходимо ее классифицировать в соответствии с различными признаками.

Важнейший классификационный аспект внутреннего аудита - формальный. Выбор формы внутреннего аудита зависит от сложности организационной структуры, правовой формы, видов и масштабов деятельности, целесообразности охвата аудита различных

сторон деятельности, отношения руководства организации к контролю. Одна из наиболее развитых форм внутреннего аудита - внутренний контроль:

·Организация внутреннего контроля в форме внутреннего аудита присуща крупным и некоторым средним организациям, для которых характерны:

- усложненная организационная структура (дивизиональная, матричная или конгломератная структура организации);
- многочисленность филиалов, дочерних компаний;
- разнообразие видов деятельности и возможность их кооперирования;
- стремление органов управления получать достаточно объективную и независимую оценку действий менеджеров всех уровней управления.

·Кроме задач чисто контрольного характера внутренние аудиторы могут выполнять экономическую диагностику, разрабатывать финансовую стратегию, вести маркетинговые исследования, управленческое консультирование. К институтам внутреннего аудита относят и ревизионные комиссии (ревизоров), деятельность которых регламентирована действующим законодательством. Этот институт в основном распространен в акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и производственных кооперативах.

·Большое значение имеет также классификация по типам внутреннего контроля. Известны следующие типы внутреннего контроля:

- неавтоматизированный;
- не полностью автоматизированный;
- полностью автоматизированный.

·Неавтоматизированный внутренний контроль осуществляется непо - средством его субъектами без применения автоматических средств. Не полностью автоматизированный внутренний контроль осуществляется его субъектами применением автоматических средств регистрации, обработки, измерения и т.п.(например, контроль качества работы производственного оборудования с помощью технологии штрихового кодирования обрабатываемых узлов и деталей). Полностью автоматизированный внутренний контроль осуществляется целиком в автоматическом режиме под управлением субъектов внутреннего контроля.

·Внутренний контроль целесообразно классифицировать и по значимости субъектов внутреннего контроля, с точки зрения их участия в общей деятельности по внутреннему контролю в организации.

·Субъекты внутреннего контроля первого уровня - это участники (собственники) организации, осуществляющие контроль непосредственно или косвенно (с помощью независимых экспертов, в том числе внешних аудиторов). Субъекты внутреннего контроля третьего уровня выполняют контрольные функции для реализации служебных обязанностей (функций), которые за ними закреплены непосредственно (работники планово - экономического отделов, отдела кадров).

·Организация системы внутреннего контроля в общем случае находится под воздействием следующих факторов:

- отношение руководства к внутреннему контролю;
- внешние условия функционирования организации, ее размеры, организационная структура, масштабы и виды деятельности;

- количество и региональная неоднородность месторасположения ее обособленных подразделений или дочерних компаний;
- стратегические установки, цели и задачи;
- степень механизации и компьютеризации деятельности;
- ресурсное обеспечение;
- уровень компетентности кадрового состава.

Для анализа стоит детально рассмотреть уже существующие классификации экономического контроля в отечественной и зарубежной научных школах. На основании данного анализа необходимо выделить наиболее устойчивые ключевые признаки, характеризующие контроль. Классификации по признакам в российской и британо-американской научных школах (табл. 1, 2):

Таблица 1 - Классификаций внутреннего контроля в британо - американской школе

Признак классификации	Элементы класса внутреннего контроля
По объекту контроля делящейся внешнего аудита	<ul style="list-style-type: none"> - Административный контроль - Бухгалтерский контроль
По целевой направленности внутреннего контроля	<ul style="list-style-type: none"> - Операционный контроль - Финансовый контроль - Структурный контроль - Стратегический контроль
По циклу управленческого процесса	<ul style="list-style-type: none"> - Превентивный контроль - Выявляющий контроль - Директивный (корректирующий) контроль

Также рассмотрим наиболее существенные признаки классификации внутреннего контроля, предлагаемого отечественной школой.

Таблица 2 - Классификация внутреннего контроля в российской научной школе

Признак классификации	Элементы класса внутреннего контроля
1	2
Методические приемы контроля	<ul style="list-style-type: none"> - Общенаучные методические приемы контроля (анализ, синтез, индукция, дедукция, редукция, аналогия, моделирование, абстрагирование, эксперимент и др.) - Собственные эмпирические методические приемы контроля (инвентаризация, контрольные замеры работ, контрольные запуски оборудования, формальная и арифметическая проверки, встречная проверка, метод сопоставления однородных фактов, служебно-расследование, экспертизы различных видов, сканирование, логическая проверка, письменный

	<ul style="list-style-type: none"> иустный(опросы и др.) – Специфические приемы смежных экономических наук (приемы экономического анализа, экономика – математические методы, методы теории вероятностей и математической статистики)
·Стадии проведения контроля	<ul style="list-style-type: none"> – Предварительный контроль – Промежуточный контроль – Конечный контроль
·Временная направленность контроля	<ul style="list-style-type: none"> – Стратегический контроль – Tактический контроль – Оперативный контроль
·Источники данных контроля	<ul style="list-style-type: none"> – Документальный контроль – Фактический контроль – Автоматизированный контроль
·Характер контрольных мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> – Плановый контроль – Внезапный контроль
·Периодичность проведения контрольных мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> – Систематический контроль – Периодический контроль – Эпизодический контроль
·Полнота охвата объекта контроля	<ul style="list-style-type: none"> – Сплошной контроль – Несплошной контроль
·Время осуществления контрольных действий	<ul style="list-style-type: none"> – Предварительный контроль – Текущий контроль – Последующий контроль

·Классификацию внутреннего аудита, в которой выделены три характеризующие его сущность признака: по направлениям, по функциям, по организационной форме рассмотрим ниже (табл. 3).

Таблица 3 - Классификация внутреннего аудита

·Признак классификации	·Элементы класса внутреннего контроля
По направлениям внутреннего аудита	<ul style="list-style-type: none"> – Финансовый аудит – Операционный аудит – Директ - маркетинговый аудит – Кадровый аудит
По функциям внутреннего аудита	<ul style="list-style-type: none"> – Аудит адекватности – Консалтинг – Аудит оценочных значений – Координация – Санкционирование – Специальные аудиторские задания

По форме организации внутреннего аудита	–	·Аудиторское наблюдение
	–	·Коллегия
	–	·Аудиторская проверка

·Внутренние аудиторы не только проверяют достоверность финансовой отчетности, они также проводят обзор деятельности организаций, с тем чтобы определить эффективность и результативность организации под контролем и определить, является ли деятельность организации правомерной в соответствии с установленными законами и политикой организации. Внутренние аудиторы помогают оценить качество управления в организации с общей целью увеличения прибыльности. Внутренний аудит, как правило, классифицируется как финансовый, надзорный аудит (compliance) и оперативный.

·Финансовым аудитом является анализ хозяйственной деятельности организации, как измеряется и сообщается финансовая отчетность. Финансовый аудит проверяет обоснованность финансовой отчетности.

·Надзорный аудит. Обзор финансовых и операционных управленческих процедур, которые определяют, насколько хорошо организация соответствует ее установленной политике и процедурам, правилам и положениям, или законом. Пример надзорный аудит, или аудита соответствия, это подтверждение того, что организация находится в соответствии с федеральными правилами.

·Оперативный аудит. Аудиторы выполняют комплексные обзоры деятельности, систем и управления, чтобы оценить экономические, эффективные и действенные процессы в рамках организации. Основная цель операционного аудита является измерение производительности руководства в достижении организационных целей при минимальных затратах. В этой части, оперативный аудит является консультационным обслуживанием с целью управления. Внутренний аудитор будет уделять больше внимания, предлагая консультационные услуги в организации. Для многих организаций, внутренние аудиторы уже предоставляют широкий спектр консультационных услуг, в целях повышения эффективности и результативности организации.

·Классификация по направлениям внутреннего аудита основана на применении теории сбалансированной системы показателей, элементы которой определяют объекты контроля. При этом объектом финансового аудита являются финансы, операционного аудита - бизнес - процессы, директ - маркетингового аудита - маркетинг и сбыт, кадровый аудит - персонал организации. Приведении дополнительных элементов сбалансированной системы показателей вводятся и дополнительные направления аудита.

·Введенный признак классификации по функциям внутреннего аудита раскрывает его методическую основу. Здесь выделяется аудит адекватности объекта контроля, аудит оценок значений, специальные аудиторские задания, которые реализуются службой внутреннего аудита, а так же санкционирование деятельности внутреннего аудита, координация взаимодействия субъектов корпоративного контроля и управленческое консультирование, которые реализуются аудиторским комитетом.

·Видовой признак внутреннего аудита раскрывает организационный аспект его проведения корпоративного контроля, где аудиторское наблюдение и аудиторские проверки проводятся службой внутреннего аудита, а коллегия - аудиторским комитетом в составе совета директоров.

Таким образом, модификация классификации корпоративного контроля (по субъектам, объектам, видам и формам), позволяет уточнить диспозицию внутреннего аудита и дополнить его классификацию (по направлениям, функциям и организационной форме) как основу последующего моделирования.

Примечание:

1. Бровкина Н.Д. Основы финансового контроля. М.: Магистр, 2011. 384 с.
2. Белозерская А.В. Общие сценарии развития банковской системы России. // В сборнике: Современное инновационное общество: динамика становления, приоритеты развития, модернизация: экономические, социальные, философские, правовые, общенаучные аспекты материалы международной научно - практической конференции. С. 37 - 39, 2015
3. Вандина О.Г. Формирование системы внутреннего аудита финансовых результатов торговой организации // Экономические и гуманитарные науки, 2012 №8. с.34 - 39
4. Вандина О.Г. Организация и процедуры непрерывного, периодического и разового внутреннего контроля // Экономические и гуманитарные науки, 2012 №7. с.44 - 48;
5. Вандина О.Г. Организация внутреннего контроля в учреждениях высшего образования // сборник: состояние и пути развития современной экономики // материалы VII международной научно - практической конференции. Министерство образования и науки РФ; Армавирский государственный педагогический университет. 2016. с.69 - 75;
6. Вандина О.Г. Понятие и значение внутреннего контроля в организации // сборник научных трудов участников региональной заочной научно - практической конференции «Инновационное развитие экономики региона: проблемы и решения», 2013. С.18 - 23

© ШмойловаЕ.С.

УДК 330.322.5

Шурба Н.А.

студ.гр. Эк/м - 110

Научный руководитель: Доценко О.С., к.э.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
Севастопольского государственного университета,
г. Севастополь, Российская Федерация

**УСЛОВИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА ПРИ ОЦЕНКЕ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

На начальном этапе разработки инвестиционного проекта выдвигаются предположения относительно капитальных и текущих затрат, объемов реализации продукции, цен, временных рамок проекта. Вне зависимости от качества, уместности и обоснованности этих предположений процесс реализации проекта может приобрести неоднозначный характер. Это обуславливает необходимость обратить внимание на такие аспекты инвестиционного проектирования как риск и состояние неопределенности.

Вопросами неопределенности и риска при оценке эффективности инвестиционных проектов занимались такие отечественные ученые как И.Н. Голодзе , А.М. Дыбов , М.А. Колесников , Т.В. Полтева [1,3,4,5]. Однако, до сих пор не установлено какой же метод является наиболее эффективным при оценке инвестиционных проектов.

Неопределенность подразумевает под собой состояние неоднозначности и невозможности точного предсказания развития определенных событий и показателей развития инвестиционного проекта. Неопределенность в информационном обеспечении исполнения плановых или оперативных решений может повлечь за собой как ресурсные потери, так и привести к упущенной выгоде. Несомненно, условие неопределенности вызывает риски реализации инвестиционных проектов, способных привести к негативным последствиям. Риски являются двусторонним явлением. С одной стороны это производственный риск, который связан с трудностями либо с невозможностью выполнения фирмой своих обязательств перед заказчиком или инвестором. С другой стороны возникает финансовый риск, связанный с невозможностью уже инвесторов выполнения своих обязательств по реализации того или иного проекта.

Все виды рисков можно разделить на внешние и внутренние. Внешние риски инвестиционного проекта:

- риски, связанные с нестабильностью экономической ситуации и экономического законодательства;
- внешнеэкономические риски;
- нестабильная политическая ситуация;
- изменения климатических условий, стихийные бедствия;
- инвестиционный риск;
- рыночный риск, связанный с возможным колебанием рыночных процентных ставок на фондовом рынке и курсов валют.

Среди внутренних рисков инвестиционного проекта выделяют:

- неполнота или неточность проектной документации;
- производственно - технические риски;
- недостаточный квалификационный уровень команды;
- неопределенность целей, интересов и поведения участников;
- неполнота или неточность информации о финансовом положении и деловой репутации участников проекта;
- неправильная оценка спроса, конкурентов и цен на продукцию.

Также, принято различать три вида неопределенности:

1. Неинформированность;
2. Случайность (отклонения в результате каких - то случайных внешних воздействий);
3. Неопределенность противодействия (непредсказуемое поведение конкурентов и заказчиков продукции).

Основные причины неопределенности параметров проекта:

- неполнота или неточность начальной проектной информации;
- ошибки в расчетах прогнозных параметров проекта;
- неполнота и неточность информации о финансовом положении и деловой репутации предприятий - участников;
- форс - мажорные обстоятельства;
- неопределенность политической и экономической ситуации.

Оценка факторов риска подразумевает под собой использование всей имеющейся информации об условиях реализации проекта. При этом выделяют качественную и количественную оценку рисков. Качественный анализ производится на стадии разработки бизнес - плана и позволяет подготовить всеобъемлющую информацию для анализа его рисков. Качественная оценка включает экспертный метод, метод анализа уместности затрат и метод аналогий. Экспертный метод представляет собой обработку оценок экспертов

обособленно по каждому риску и определение интегрального его уровня. Метод анализа уместности затрат ориентирован на выявление потенциальных зон риска и используется лицом, принимающим решение об инвестировании средств, для минимизации риска. Выделяют четыре основных фактора перерасхода средств:

- первоначальная ошибочная оценка стоимости проекта;
- изменение временных рамок проектирования в силу непредвиденных обстоятельств;
- отличие фактической производительности от проектной;
- увеличение стоимости проекта в сравнении с первоначальной вследствие инфляции или изменения налогового законодательства. [2, с.631]

Метод аналогий предполагает анализ аналогичных проектов для выявления потенциального риска оцениваемого проекта. Особенностью данного метода является то, что он использует данные уже завершенных проектов, что позволяет выявить зависимости и потенциальный риск нового инвестиционного проекта. Методы количественной оценки предполагают численное определение величины риска инвестиционного проекта. Они включают: определение предельного уровня устойчивости проекта, анализ чувствительности проекта, анализ сценариев развития проекта. Анализ предельного уровня устойчивости проекта предполагает определение такого объема продукции, при котором выручка равна суммарным издержкам производства. Анализ чувствительности проекта предполагает определение изменения переменных показателей эффективности проекта в результате колебания исходных данных. При таком подходе последовательно пересчитывается каждый показатель эффективности проекта (например, NPV, IRR, PI) при изменении какой-то одной переменной (например, ставки дисконта или объема продаж). Показатель чувствительности проекта определяется отношением процентного изменения показателя эффективности к изменению значения переменной на один процент. Анализ сценариев развития проектов предполагает оценку влияния одновременного изменения всех основных параметров проекта на показатели эффективности проекта.

Каждый метод имеет свои преимущества и недостатки. Однако для полной оценки эффективности инвестиционного проекта рекомендуется комплексное использование инструментов вышеперечисленных методов.

На стадии развертывания проекта и составления бизнес-плана целесообразно использовать элементы качественного анализа. А именно оценку проекта экспертами, пересчет уместности затрат и сопоставление с предприятиями-аналогами.

В процессе полноценной реализации проекта необходимо уже применять методы количественной оценки, которые позволят определить устойчивость и чувствительность проекта.

Таким образом, при выявлении неустойчивости или высокого уровня риска у проекта рекомендуется внести некоторые коррективы в организационно-экономический механизм его реализации:

- пересмотреть кредиторскую и дебиторскую политику и условия взаиморасчетов;
- предусмотреть создание необходимых запасов, резервов денежных средств, отчислений в дополнительный фонд;
- предусмотреть страхование участников проекта на те или иные страховые случаи.

В случае если после данных корректив проект остается неустойчивым, то его реализация признается нецелесообразной.

Список использованной литературы:

1. Голодзе И. Н. Финансирование и кредитование инвестиций / И. Н. Голодзе. – Павлодар: Кереку. - 2012. – 246 с.

2. Виленский П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов / П.Л.Виленский. – М: «Дело». – 2012. – 888 с.
3. Дыбов А.М. Особенности оценки инвестиционных проектов с учётом факторов риска и неопределённости / А.М. Дыбов // Вестник Удмуртского университета. — Ижевск: УдГУ. — 2010. - № 2. - с. 7 - 14
4. Колесников М.А. Метод оценки стоимости инвестиционного проекта в условиях высокого уровня неопределенности и риска / М.А. Колесников // Финансы и кредит. – 2013. - №10. – с. 20 - 24
5. Полтева Т.В. Применение методов формализованного описания неопределённости при оценке инвестиционных проектов / Т.В. Полтева // Гуманитарные научные исследования. - 2016. - № 12.

© Н.А. Шуруба, 2017

УДК33

И.А. Юканкина

магистр 2 курса института управления и региональной экономики
Волгоградский государственный университет

PR - ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА КОМПАНИИ

В рамках современной экономики благоприятный имидж является одним из ключей к успеху компании. Положительный имидж предприятия дает доступ к финансовым, информационным, человеческим ресурсам, формируя при этом определенную рыночную силу.

Одним из основных инструментов формирования имиджа компании является PR - деятельность.

Во многих исследованиях понятие public relations (PR) означает вид управленческой деятельности, целью которой является установление и развитие отношений между компанией и государством, обществом, от которых в большей степени зависит успешное функционирование участников этих отношений. С точкой зрения прагматического аспекта, PR рассматривается, как способность влиять на мнение общества в интересах компании, таким образом, чтобы заставить поверить потребителя, что вся деятельность компании направлена на обеспечение его благополучия и комфорта.

Public relation призваны выполнять следующие задачи:

1. **Позиционирование компании** - это создание и развитие имиджа компании, благодаря которому компания будет понятна потребителю. Если компания не позиционирована, то имидж будет создан хаотично, а значит неуправляемо.
2. **Возвышение имиджа.** После определения правильного позиционирования следует переходить к его возвышению, то есть к его дальнейшему развитию.
3. **Отстройка от конкурентов.** Означает возвышения собственного имиджа при понижении другого, то есть позиционирование компании или её продукта на фоне конкурентов. Отстройка может быть явной и неявной. Соответствующим примером данного приема может считаться предвыборный девиз одного из кандидатов на выборах: “Другие обещают, я делаю!”.

Большую роль в данном процессе играет наличие обратной связи в процессе создания и развития имиджа компании. Нужно, чтобы между сообщением, которое хочет донести компания до своего потребителя, и представлением у потенциального клиента о компании не было существенных отличий.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что имидж компании состоит из двух частей:

1) Активная деятельность компании по созданию и адекватному взгляду на своё «лицо», то есть имидж;

2) Отражение «лица» в голове своего потенциального потребителя. В тот же момент представление компании о самой себе и представление потребителя могут не просто иметь отличия, но и быть абсолютно разными.

Использование инструментов PR считается наиболее эффективным способом формирования и поддержания имиджа компании, ее товаров и услуг. Более того, основной целью «паблик рилейшнз» создание положительного отношения общества к организации. Хорошее отношение общества к компании через общественное мнение сможет в будущем повлиять на представление и поведение отдельного человека.

Для достижения цели создания имиджа, компании могут использовать различные методы и средства:

1.Связи со СМИ: проведение пресс - конференций; отправка пресс - релизов; размещение статей о деятельности компании, ее достижениях и внутренней жизни; создание фильмов и репортажей; интервьюирование руководителей и штатных специалистов; публикация ежемесячных и ежегодных отчетов о результатах деятельности компании, издание собственной газеты или журнала;

2. Принятие участия представителей фирмы в профессиональных съездах и конференциях различных организаций;

3.Организация компанией событийных мероприятий (например, посвященных юбилею компании, Дню города и т.д.).

4. Деятельность компании, направленная на государственанный аппарат (кандидаты компании в органы управления, представление новинок продукции руководителям государственных органов, приглашение первых лиц города или страны на участие в корпоративных торжествах компании).

5.Спонсирование организации и проведения различных мероприятий, участие в выставках и семинарах.

Все выше перечисленные события могут стать информационным толчком для создания информационного сообщения о компании и ее участии в проведении какого - либо мероприятия в СМИ.

Многие организации ассоциируют свой имидж с организацией культурных либо спортивных мероприятий, таких как концерты, выставки, спортивные марафоны и т.д. В то же время большинство компаний поддерживают благотворительность и связанные с ней мероприятия.

Успех подобных мероприятий и их положительное влияние на формирование и поддержание имиджа, получил подтверждение многочисленными опросами общества и маркетинговыми исследованиями.

Исследования влияния связей с общественностью на развитие компании показало, что главное назначение PR - формирование положительного мнения общества о фирме, формирование благоприятного имиджа фирмы с помощью представления о том, что деятельность компании в первую очередь направлена на удовлетворение интересов потребителя, а не только ради прибыли.

Сегодня в эпоху Интернета компания должна заботиться о том, как она в нем представлена, даже если она и не проводит PR - мероприятий в сети.

Обсуждение и внимание к компании в Интернете создает независимый от компании имидж, который может быть не только положительным, но и отрицательным. И этот имидж нуждается в управлении со стороны компании как в активном, то есть проведении собственных мероприятий в сети для достижения желаемых результатов, так и обязательном мониторинге Интернет - пространства, и если требует ситуация, предпринимать действия. Это является обязательным условием выживания компании на рынке.

К основным PR - мероприятиям в сети относят:

1) Размещение обладающих уникальностью новостных сообщений и информационных материалов в сети: на сайтах информационных групп, социальных сетях, тематических Интернет - блогах. Успех достигается благодаря наличию базы журналистов с информацией об издании и тематических рубрик, по которым они работают. На основе этой информации производится рассылка.

2) Организация он - лайн конференций и интервью. В основном в подобных мероприятиях участвуют топ - менеджеры и руководство компании, а также общественные деятели и политики. Эффективность дает предварительное оповещение пользователей.

3) Проведение интернет - трансляций: шоу, игры и т.д. Успех зависит от привлечения большой группы пользователей со всех концов света.

4. Организация в Интернете он - лайн промоушенов - данный инструмент зачастую используется в сфере развлечений и в продажах. Успех достигается благодаря привлекательности идеи и творческому подходу, а также за счет дифференциации потенциальной группы потребителей и клиентов.

5. Обмен ссылками, размещение баннеров - очень эффективный способ обмена текстовыми и изобразительными рекламными блоками в сети. Эффективность дает правильный выбор площадки для размещения.

6. E - mail маркетинг, то есть бизнес - рассылка. Считается, что подобный инструмент относится к рекламе, меньше к связям с общественностью. Но в этом случае отношение к тому или другому направлению зависит от содержания самой коммуникации. Успешность гарантирует тщательно проработанная база рассылки.

7. Спонсорство представляет собой обмен материальными и финансовыми ценностями для получения взаимовыгоды. Примером может послужить размещение рекламных материалов и сообщений фирмы на интернет - портале спонсируемой компании, организация и проведение рекламных акций по отношению к компании - спонсору в обмен на различные услуги. Эффективность дает правильно выбранной спонсируемой организации.

В заключении можно сказать, что PR - деятельность оказывает большое влияние на формирование и развитие имиджа компании, что как следствие, сказывается на всей ее коммерческой деятельности. Главная задача связей с общественностью - это создать положительное мнение потребителя о компании путем представления мысли о том, что фирма производит и реализует свой товар, в первую очередь, для удовлетворения интересов и потребностей покупателей.

Чтобы создать позитивный имидж специалисты по связям с общественностью организуют различные PR - мероприятия, что несомненно приведет к вниманию общества. Как правило, проводятся различные рекламные и PR - акции: пресс - конференции, участие в тематических выставках, мастер - классы, круглые столы, презентации для партнеров, увеселительные мероприятия и конкурсы.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление [Текст]: [пер. с англ.] / Д. Аакер. - СПб.: Питер, 2002.
2. Акмаева, Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент [Текст]: учеб. пособ. / Р.И. Акмаева. - М.: Финансы и статистика, 2006.
3. Акофф, Р. Планирование будущего корпорации [Текст] / Р. Акофф. - М.: Инфра - М, 2010.
4. Гурков, И.Б. Стратегический менеджмент организации [Текст] / И.Б. Гурков. - М.: ЗАО «Бизнес - школа «Интел - Синтез», 2011.
5. Демьянова, О.В. Методы стратегического менеджмента [Текст]: учеб. пособ. / О.В. Демьянова. - Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова - Ленина, 2007.
6. Джи, Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение [Текст] / Б. Джи. - СПб.: Питер, 2010.

© И.А. Юканкина, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

И.А. Аверин, Е.Г. Беленькая ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	6
Алексеева Е. Н. МУНИЦИПАЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ АГРАРНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	8
Алпеева Д.В. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ АУДИТА В ПРОЦЕДУРАХ БАНКРОТСТВА	12
Е.А. Аникина, Ю.С. Сорокина ЭФФЕКТИВНЫЙ КОНТРАКТ КАК ЭЛЕМЕНТ МОТИВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	17
Архипенко Н.Д. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНЫХ ПАРТНЕРСТВ В РЕГИОНЕ	24
Н.В. Байдова, А.В. Байдов, А. С. Панчихина АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ ИСПРАВИТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	30
Балашова С. В. ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	32
М.А. Батьковский НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ РИСКОВ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	35
Б.А. Бевз, О.В. Севастьянова НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	37
А.В. Белозерская, А.О. Рудь ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ	39
А.А. Беляева ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА МНОЖИТЕЛЕЙ ЛАГРАНЖА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ	45
Биджиев А. С. ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	47

В.Д. Болотова, Д.Д. Миронова ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В IT – ОТРАСЛИ РФ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	52
Боровкова, А. С. Borovkova, A. S. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИДЕРСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ECONOMIC EFFICIENCY OF FORMATION OF SYSTEM OF MANAGEMENT LEADERSHIP IN THE ENTERPRISE	62
Будникова Т.С., Фичурова О.М. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В СЕРВИСЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ И КРАСОТЫ	66
А.Н. Варнавская О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ	68
Б.С. Витковский, Н.Н. Яроменко МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТОИМОСТИ НЕДВИЖИМОСТИ	71
Миронова Д. Д., Гетманская А. А. ПРОБЛЕМЫ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РФ	74
Е.С. Головченко СЦЕНАРНЫЙ АНАЛИЗ КАК ОСНОВА РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	77
Д.Д. Миронова, А.В. Гуляян ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ	82
А.Д. Петрова, Р.Ф. Давлетова ПОНЯТИЕ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ	85
А.Д. Петрова, Р.Ф. Давлетова ЭВОЛЮЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ И ПРИНЦИПОВ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	88
Д.Л. Де Ла Маза АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА (АИБС)	91
А.А. Дробыщева, Н.Н. Яроменко ЗЕМЕЛЬНЫЙ УЧАСТОК КАК ОСНОВА НЕДВИЖИМОСТИ	93
Рыкун Г.Н., Дудиева С.А. РОЛЬ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В РАЗВИТИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА	95

Епифанцева А.С, Русакова А.Н., Дьяченко О.А. АНАЛИЗ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	98
A.V. Erokhina, A.B. Ерохина ADVANTAGES, DISADVANTAGES AND PROSPECTS OF INTERNET BANNERS IN ADVERTISING	104
В.В. Ерыгина АКТУАЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ОСТАТКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	107
Л. И. Заббарова, Е.Ю.Гирфанова ВИДЫ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА	110
Л. И. Заббарова, Е.Ю.Гирфанова ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА	112
В.С. Зенов, С.С. Стрелка, В.С. Ратомская ПРОБЛЕМЫ МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ И ИХ ВОЗМОЖНОЕ КОМПЛЕКСНОЕ РЕШЕНИЕ	114
Игнатенков Г.К. О РАЗВИТИИ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ В 2017 ГОДУ	116
В.К. Игнаткина ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО - ОРИЕНТИРОВАННОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ	118
Идиятуллина И.А., В.М. Минеева ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ И НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ В РЕЖИМЕ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ	121
Идиятуллина И. А., В.М. Минеева АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТ РФ ЗА 2015 - 2016 ГОДА	123
Идиятуллина И. А. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ КАМЕРАЛЬНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК ЗА 2013 - 2015ГГ.	127
А. В. Карцева, Н. А. Чуваткина МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ	130
Д.Ф. Касимова О «СЕВЕРНЫХ» РАЙОННЫХ КОЭФФИЦИЕНТАХ	133

А.С. Коваль ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ДЕФИНИЦИЙ «ДИАГНОСТИКА» И «ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ»	135
Козлов И.И. РОЛЬ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ ВО ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	137
А.Н. Короткова, В.Г. Костюкович, Д.О. Труфанова СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ХИМИИ И НЕФТЕХИМИИ В РОССИИ	142
Н. П. Кузнецова, А. В. Захарова АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ 3D - ПРИНТЕРА МАРКИ «TOTAL ANYFORM 650»	145
Н. В. Кузнецова МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА: ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО МЕТОДА В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	148
Н. П. Кузнецова, А. В. Захарова АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ 3D - ПРИНТЕРА МАРКИ «TOTAL ANYFORM 650»	153
Н. П. Кузнецова, Р.Р. Фахретдинов ИССЛЕДОВАНИЕ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРФОРАТОРА МАРКИ «BOSCH GBH 2 - 26 DRE»	156
Кушмухамбетова Д.Ш. ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ ФИРМЫ: СПОСОБЫ МИНИМИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	159
Т.Л. Ли, И.Х. Биджиев РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	162
Д.А. Лиховицкая ОСОБЕННОСТИ КОМПАНИЙ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ	165
Ф.В. Логвин РАЗВИТИЕ ПРОГРАММНО - ЦЕЛЕВОГО МЕТОДА ФОРМИРОВАНИЯ РАСХОДОВ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	167
Ломака О.В. ИНДИКАТОРЫ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	171
Д. С. Магнитова ТИПОЛОГИЯ ВИДОВ РЕКЛАМЫ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА	176

Федоров В. А., Маковеева Е. Н. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СБЕРБАНКА	181
В.М. Минеева, Е.А. Маликова НАЛОГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН	183
В.М. Минеева, Е.А. Маликова ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УНИТАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	186
Л.Г. Марков ОРГАНИЗАЦИЯ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ	188
Е.В. Меньшова БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК СИСТЕМА ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ БИЗНЕСА	190
В.М. Минеева, А.Д. Петрова, В.М. Напалкова НАЛОГ НА ДОБЫЧУ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	193
Ю.В. Мищенко АНАЛИЗ ПЛАНИРОВАНИЯ РАСХОДОВ НА ЗДРАВООХРАНЕНИЕ	196
Л. И. Муллаянова СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ НЕФТЯНОЙ КОМПАНИИ	199
Л. И. Муллаянова ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЛОГИСТИКА НЕФТЯНОЙ КОМПАНИИ	202
Мусиенко С.А., Мусиенко А. А. РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	204
К.А. Назаретян, Н.Т. Кумпилов РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ЗЕМЕЛЬНОГО РЫНКА (ПО МАТЕРИАЛАМ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)	207
Никитенко Е.Н. СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ	212
Никифорова Е.А. СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	218
А.Е.Никушина., Д. С. Дубровина., А.Н. Никулин МОДЕЛЬ РАЗВИТИЕ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ	221
А.Е.Никушина, Д.С.Дубровина СВОЕВРЕМЕННОЕ ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ВЫХОДЕ ИЗ ПРОЕКТА	223

А.Е.Никушина, Д.С.Дубровина ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСОБЕННОСТИ ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В РФ	224
Т.Б. Оберт, А.В. Луценко СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ЕГО СПЕЦИФИКА В РОССИИ	226
Д.А.Огнев ТОРГОВЛЯ КАК ВЕДУЩАЯ ОТРАСЛЬ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	229
О.Н. Панкова ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ	230
А.А. Паршинцева ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ МУНИЦИПАЛЬНО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ	233
Н. Ю. Петькова КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСА ИНДЕЙКИ В РФ	235
Е.Д. Пимкина, К.В. Скаблова АДМИНИСТРИРОВАНИЕ ФТС РОССИИ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ	240
Е.П. Пичугина АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ОСТАТКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ ЗА 2011 - 2015 ГОД	243
Е.П. Пичугина АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ОСТАТКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ РФ ЗА 2011 - 2015 ГОД	248
A. S. Pozhidaeva, J. V. Trofimov THE PECULIARITIES OF MOVEMENT LIVESTOCK AND VEGETABLE CARGOES AND COMMODITIES THROUGH THE CUSTOMS BORDER OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION	252
Полушина М.Д. СТРОИТЕЛЬСТВО ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ САЛЕХАРД – ИГАРКА: ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД	254
А.И. Поротикова ПРИМЕНЕНИЕ В АТТЕСТАЦИИ ПЕРСОНАЛА МЕТОДИКИ КРІ (КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ)	256
R.A.Redina FRANCHISE AS A TYPE OF BUSINESS	260

Ристич.А. ОСОБЕННОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ СЕВЕРНОЙ ЕВРОПЫ	261
Романенков А.И. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ И ЛИЧНОСТНЫМ КАЧЕСТВАМ КОНТРОЛЛЕРОВ	264
Е.О. Рыжков, Р.Р. Яруллин ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ	268
Сибилева В.Я., Антонов А.П. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД: СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ	272
Р.В. Смирнова ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ НА РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ППС	277
И.Д. Сурхаев ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО МАНЕВРА В РФ	279
А.А. Сыроватка РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	281
Табатадзе Д.М. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНТРОЛЯ ДОХОДОВ В НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ	285
К.А. Тер - Оганесян, В.В. Петухова ПРИРОДНО - РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИИ	288
И.А. Тимонина АДАПТАЦИЯ ТОРГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА К ИМПЕРАТИВАМ ВТО КАК СПОСОБ ИНТЕГРАЦИИ РФ В МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО	291
Д.В. Тоузиков ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ООО «АДИДАС»	294
Рыкун Г. Н., Тютюнникова В.О. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГОТУРИЗМА В СЕВЕРО - КАВКАЗСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ	296
Н.А. Рябокоть, А.С. Усачева ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ ЖИЛИЩНО - КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА	300
И.Н.Хабибуллин ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ	302

Хаммуд Али ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В ТРАНСПОРТНО - ЭКСПЕДИТОРСКИХ КОМПАНИЯХ	306
Хитров И. В., Боркова Е. А. THE ROLE OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE FINANCIAL SYSTEM THE REGION	308
П. В. Хэнсен НОЧНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА	310
П.В. Хэнсен ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ США	314
Цаплева А.А., Пономарева Е.А. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ	318
Н. В. Чурикова ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА	324
Н. В. Чурикова ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ И ФОРМЫ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ	326
Шамонова Е. А. ОСОБЕННОСТИ АУДИТА КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ В ТНК	328
П.Г. Шернин ДОХОДНОСТЬ РАЗЛИЧНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТОРОВ В 2016 ГОДУ И ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2017 ГОДА	333
Шмойлова Е.С. КЛАССИФИКАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА	339
Шуруба Н.А. УСЛОВИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА ПРИ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	342
И.А. Юканкина PR - ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА КОМПАНИИ	346



АЭТЕРНА

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

<http://aeterna-ufa.ru>
+7 347 266 60 68
+7 987 1000 333
info@aeterna-ufa.ru
ICQ: 333-66-99
Skype: Aeterna-ufa
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

**Приглашаем Вас принять участие
в Международных научно-практических конференциях.**

Форма проведения конференций: заочная, без указания формы проведения в сборнике статей; По итогам издаются сборники статей. Сборникам присваиваются индексы УДК, ББК и ISBN. **Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.**

В течение 10 дней после проведения конференции сборники размещаются на сайте aeterna-ufa.ru, а также отправляются в почтовые отделения для рассылки, заказными бандеролями.

Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке elibrary.ru и регистрируются в базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)

Стоимость публикации от 130 руб. за 1 страницу. Минимальный объем-3 страницы. Печатный сборник, печатный сертификат, размещение в РИНЦ, почтовая доставка авторского экземпляра сборника уже включены в стоимость

С полным списком конференций Вы можете ознакомиться на сайте aeterna-ufa.ru



МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
**ИННОВАЦИОННАЯ
НАУКА**

ISSN 2410-6070 (print)

Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ №ФС77-61597

Договор о размещении журнала в НЭБ (РИНЦ, elibrary.ru) №103-02/2015
Договор о размещении журнала в "КиберЛенинке" (cyberleninka.ru) №32505-01

Рецензируемый междисциплинарный международный научный журнал «Инновационная наука» приглашает авторов опубликовать результаты своих научных исследований

Формат издания журнала: Журнал издается в печатном виде формата А4

Периодичность выхода: *ежемесячно (прием материалов до 12 числа каждого месяца)*. Статьи принимаются Редакцией журнала постоянно без каких-либо ограничений по времени.

В течение 15 дней после окончания приема материалов в очередной номер журнал будет отправлен в почтовые отделения для рассылки. Рассылка будет произведена заказными бандеролями.

На сайте Редакции выложены все номера журнала и представлена подробная информация о нем и требования к статьям.

Научное издание

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ МЫСЛИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Сборник статей

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов

Подписано в печать 19.05.2017 г. Формат 60x84/16.

Усл. печ. л. 12,23. Тираж 500. Заказ 592.



АЭТЕРНА

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

Отпечатано в редакционно-издательском отделе
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

<http://aeterna-ufa.ru>

info@aeterna-ufa.ru

+7 (347) 266 60 68



АЭТЕРНА

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

<http://aeterna-ufa.ru>

+7 347 266 60 68

+7 987 1000 333

info@aeterna-ufa.ru

ICQ: 333-66-99

Skype: Aeterna-ufa

г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



РЕШЕНИЕ

о проведении
15 мая 2017 г.

Международной научно-практической конференции ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ МЫСЛИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Научно-издательского центра «Аэтерна»

1. Цель конференции - развитие научно-исследовательской деятельности на территории РФ, ближнего и дальнего зарубежья, представление научных и практических достижений в различных областях науки, а также апробация результатов научно-практической деятельности

2. Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конференции) в лице:

- 1) Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук
- 2) Баишева Зия Вагизовна, доктор филологических наук
- 3) Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук
- 4) Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
- 5) Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук,
- 6) Винеvская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук,
- 7) Вельчинская Елена Васильевна, кандидат химических наук
- 8) Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук,
- 9) Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук,
- 10) Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук
- 11) Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук
- 12) Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук
- 13) Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук
- 14) Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук,
- 15) Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук
- 16) Курманова Лилия Рашидовна, Доктор экономических наук, профессор
- 17) Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук
- 18) Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук
- 19) Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук
- 20) Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук
- 21) Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук
- 22) Мухаммадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук
- 23) Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук
- 24) Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук
- 25) Прошин Иван Александрович, доктор технических наук

- 26) Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
- 27) Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук
- 28) Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук
- 29) Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук
- 30) Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук
- 31) Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук
- 32) Venelin Terziev, DSc., PhD, D.Sc. (National Security), D.Sc. (Ec.)
- 33) Хромина Светлана Ивановна, кандидат биологических наук, доцент
- 34) Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук
- 35) Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико-математических наук
- 36) Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук,
- 37) Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук

3. Утвердить состав секретариата в лице:

- 1) Асабина Катерина Сергеева
- 2) Агафонова Екатерина Вячеславовна
- 3) Носков Олег Николаевич
- 4) Ганеева Гузель Венеровна
- 5) Тюрина Наиля Рашидовна

4. Определить следующие направления конференции

- | | |
|---|-----------------------------------|
| Секция 01. Физико-математические науки | Секция 12. Педагогические науки |
| Секция 02. Химические науки | Секция 13. Медицинские науки |
| Секция 03. Биологические науки | Секция 14. Фармацевтические науки |
| Секция 04. Геолого-минералогические науки | Секция 15. Ветеринарные науки |
| Секция 05. Технические науки | Секция 16. Искусствоведение |
| Секция 06. Сельскохозяйственные науки | Секция 17. Архитектура |
| Секция 07. Исторические науки | Секция 18. Психологические науки |
| Секция 08. Экономические науки | Секция 19. Социологические науки |
| Секция 09. Философские науки | Секция 20. Политические науки |
| Секция 10. Филологические науки | Секция 21. Культурология |
| Секция 11. Юридические науки | Секция 22. Науки о земле |

5. В течение 5 рабочих дней после проведения конференции подготовить акт с результатами ее проведения

Директор НИЦ «Астерна»
к.э.н., доцент



Сукиасян
Асатур Альбертович



АЭТЕРНА

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

<http://aeterna-ufa.ru>
+7 347 266 60 68
+7 987 1000 333
info@aeterna-ufa.ru
ICQ: 333-66-99
Skype: Aeterna-ufa
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



АКТ

по итогам Международной научно-практической конференции
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
НАУЧНОЙ МЫСЛИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

состоявшейся 15 мая 2017 г.

1. Международную научно-практическую конференцию признать состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.
2. На конференцию было прислано 398 статей, из них в результате проверки материалов, было отобрано 374 статьи.
3. Участниками конференции стали 560 делегатов из России и Казахстана.
4. Все участники получили именные сертификаты участников конференции
5. Участникам были предоставлены авторские экземпляры сборников статей Международной научно-практической конференции
6. По итогам конференции издан сборник статей, который постатейно размещен в научной электронной библиотеке eLibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 242-02/2014К от 7 февраля 2014г.

Директор НИЦ «Аэтерна»
к.э.н., доцент



Сукиясян
Асатур Альбертович